



Indagine conoscitiva sulle motivazioni dei turisti presenti  
nella provincia di Lecce nel periodo estivo

*Report Statistico*

PROVINCIA DI LECCE

Presidente: **Antonio Gabellone**

ASSESSORATO AL TURISMO E MARKETING TERRITORIALE

Assessore: **Francesco Pacella**

Settore Sviluppo Economico

Dirigente: **Carmelo Calamia**

Servizio Turismo e Marketing Territoriale, Sviluppo Rurale

Dirigente: **Antonio Rizzo**

UFFICIO DI STATISTICA

Responsabile: Grazia Brunetta

Banche dati ed elaborazioni grafiche: Maria Antonietta Negro

Via Umberto I, 13

73100 Lecce

tel. 0832-683433

fax 0832-683387

statistica@provincia.le.it

www.provincia.le.it

## INDICE

---

1.	<i>PREMESSA</i> .....	5
2.	<i>NEL SALENTO PERCHÉ</i> .....	6
3.	<i>DAL WEB AL SALENTO, ARRIVA IL "TURISTA 2.0"</i> .....	10
4.	<i>IL "TURISTA 2.0" ARRIVA IN AUTO</i> .....	13
5.	<i>SALENTO, MI PIACE</i> .....	16
6.	<i>SALENTO, NON MI PIACE</i> .....	18
7.	<i>I TURISTI CI GIUDICANO</i> .....	19
8.	<i>SALENTO IN BREVE</i> .....	22
9.	<i>RITORNERANNO?</i> .....	23
10.	<i>SALENTO A TAVOLA</i> .....	26
11.	<i>SALENTO CHE VAI... (I DATI TERRITORIALI)</i> .....	32
12.	<i>IL QUESTIONARIO</i> .....	51



## ● *Premessa*

---

La Provincia di Lecce, con la collaborazione di Coldiretti, ha realizzato un'indagine conoscitiva presso i turisti che hanno soggiornato nel Salento nel periodo Luglio-Settembre 2010.

L'indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario appositamente predisposto ed ha sondato una ben definita fascia di turisti, caratterizzata da maggiore capacità di spesa e costituita da quanti hanno soggiornato in alberghi a 4 e 5 stelle sull'intero territorio provinciale.

Ai turisti è stato chiesto di mettere in luce i diversi fattori che hanno influito nella scelta del Salento quale destinazione della vacanza, evidenziando i principali vantaggi e le attrattive percepite. E' stata anche chiesta una valutazione sui diversi aspetti dell'ospitalità ricevuta ed un giudizio complessivo su quanto il territorio offre (o non offre) ai suoi visitatori.

Una specifica sezione del questionario, denominata "Salento a tavola...", ha voluto sondare il grado di conoscenza da parte dei turisti intervistati delle produzioni agro-alimentari tipiche del Salento, con particolare riferimento all'olio extra-vergine d'oliva. Lo scopo è stato duplice: da un lato ottenere elementi utili alla valutazione di efficaci canali di promozione del prodotto locale, che sappiano trarre vantaggio dai consistenti flussi turistici che caratterizzano il periodo estivo; dall'altro stimolare la curiosità immediata dei turisti per le produzioni agro-alimentari locali.

Per la realizzazione dell'iniziativa è stata chiesta la collaborazione di tutte le strutture ricettive classificate con 4 o 5 stelle sul territorio provinciale, presso le quali sono stati distribuiti oltre 5.000 questionari, in proporzione al numero di posti letto disponibili ed al tasso medio di utilizzo, stimato attraverso il dato comunale. Alle strutture è stato chiesto di consegnare agli ospiti una copia del questionario e, in caso di restituzione dello stesso alla *reception*, ringraziare il turista per la disponibilità con un *gadget* consistente in una bottiglia di olio extra-vergine di oliva di origine salentina con il logo "Salento d'amare".

Il tasso di adesione all'iniziativa è stato molto alto. Si è infatti riscontrata la collaborazione di 68 strutture ricettive corrispondenti al 76,4% degli alberghi classificati con 4 o 5 stelle della provincia di Lecce, equamente distribuiti sul territorio. I questionari correttamente compilati e restituiti sono stati nel

complesso 2074, con una percentuale di turisti intervistati sul totale dei turisti ospiti di strutture a 4 e 5 stelle stimata pari a circa l'1% del totale.

La dimensione del campione e la metodologia del sondaggio hanno assicurato una buona affidabilità delle risposte. L'analisi ex-post delle caratteristiche del campione, inoltre, ha consentito di verificare che entrambi i sessi e le diverse classi di età sono ben rappresentate ed equilibrate, in linea con i risultati di precedenti sondaggi. La distribuzione territoriale dei questionari restituiti è sostanzialmente proporzionale alla quota delle presenze di turisti registrate nelle diverse località. Nell'allegato statistico i dettagli sulle caratteristiche del campione.

Dall'analisi delle risposte sono emerse indicazioni precise su quello che pensano i turisti del nostro territorio ed una base informativa utile a supporto di una strategia di continuo miglioramento del "Sistema-Vacanze-Salento", nella prospettiva di un "Salento d'amare" a tutto tondo.

## ● *Nel Salento perché...*

---

Mare, Natura, Arte, si confermano i motivi trainanti di una vacanza nel Salento.

Alla domanda su quali siano stati i due principali motivi che hanno portato a scegliere la provincia di Lecce quale meta per la propria vacanza, infatti, i turisti intervistati non hanno avuto dubbi nel segnalare in primo luogo il Mare (40,2% degli intervistati), seguito dalle "Bellezze naturali ed artistiche" del Salento (39,2%).

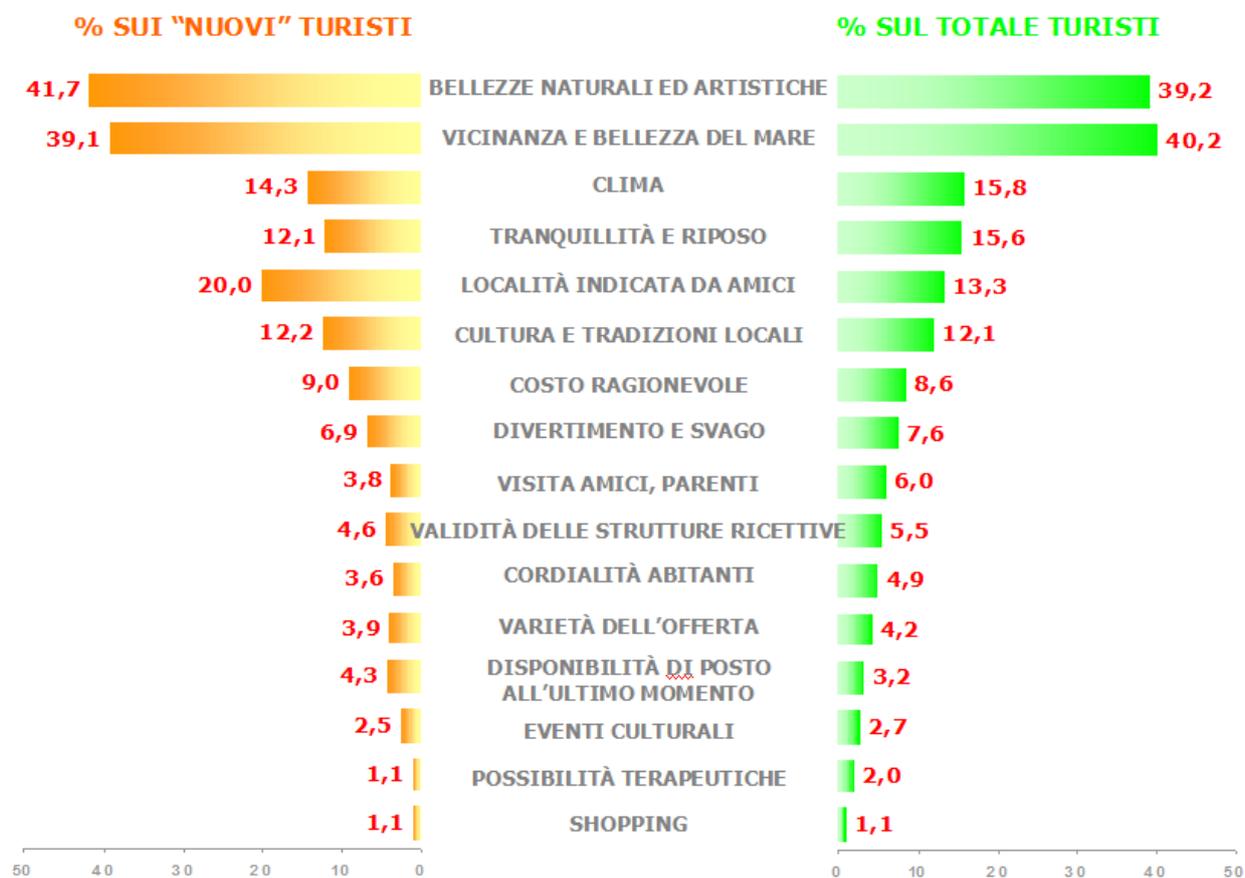
Le motivazioni di natura balneare non sembrano esaurirsi nella semplice "Vicinanza al mare" (segnalata nel 38,9% dei casi): spesso i turisti hanno aggiunto alle motivazioni *standard*, proposte nel questionario, ulteriori motivazioni, tutte riconducibili alla "Bellezza del mare", intendendo così sottolineare come il reale incentivo non sia la semplice prossimità al mare, ma la sua qualità.

Decisamente inferiore è il numero di turisti che si è fatto convincere semplicemente dal "Clima", (15,8% degli intervistati, prevalentemente non pugliesi), dalla "Tranquillità e opportunità di riposo" (15,6% degli intervistati), dalla "Cultura e tradizioni locali" (12,1%) o dalla prospettiva di una vacanza dal "Costo ragionevole" (8,6%).

01

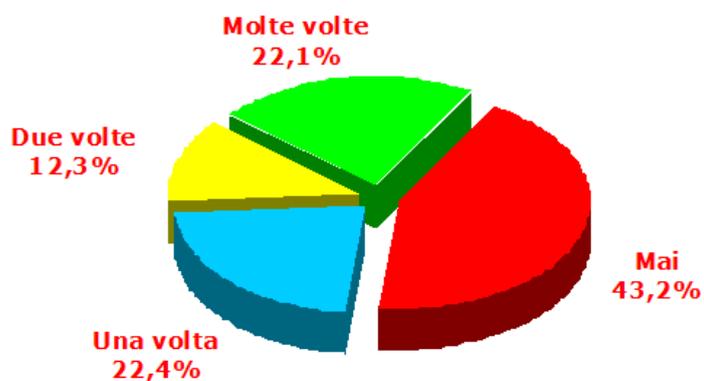
### I PRINCIPALI MOTIVI DI SCELTA DEL SALENTO

(possibili 2 risposte)



02

### HA VISITATO ALTRE VOLTE IL SALENTO?



Ancora meno stimolanti risultano altri fattori, quali le opportunità di "Divertimento e svago", la "Validità delle strutture ricettive", gli "Eventi culturali", pure solitamente importanti nella scelta della località di vacanza, ma che per i villeggianti sembrano assumere un carattere secondario non venendo segnalate come decisive nella scelta della meta da più dell'8% di essi.

I turisti che scelgono il Salento appaiono così poco incentivati dall'insieme di servizi tradizionalmente proposti dall'"industria del divertimento" e dagli aspetti funzionali della vacanza, risultando maggiormente attratti da alcuni aspetti peculiari del territorio provinciale, difficilmente replicabili da parte dell'"industria del turismo".

Mare, Natura e Arte sembrano fattori in grado di far arrivare, ma soprattutto di "fidelizzare" il turista. Ben il 56,8% degli intervistati, infatti, può ritenersi "turista habitué", in quanto torna dopo aver già sperimentato una vacanza nel Salento, spesso numerose altre volte (22,1% degli intervistati).

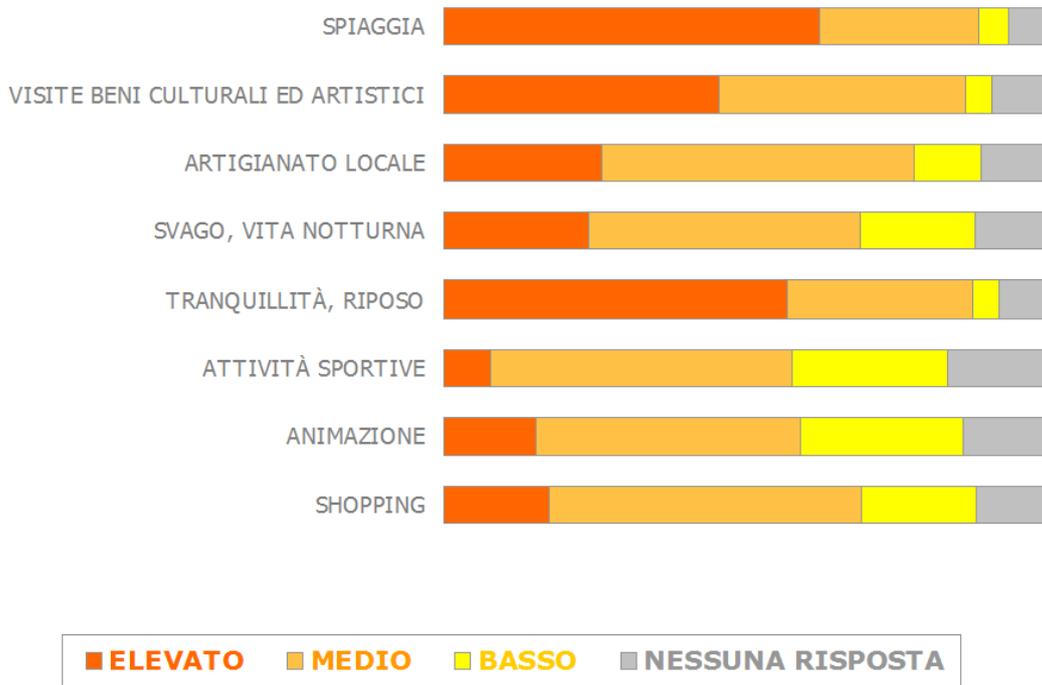
Per i "turisti habitué" la motivazione legata alla "Vicinanza al mare" prevale interessando il 39,4% degli intervistati, seguita, nell'ordine, dalla visita alle "Bellezze naturali ed artistiche" (37,5% degli intervistati) e dalle opportunità di "Tranquillità e riposo" (18,3%).

I "nuovi turisti", ossia quanti giungono per la prima volta nel Salento, sono invece maggiormente motivati dalla curiosità di conoscere le "Bellezze naturali ed artistiche" (41,7% degli intervistati) rispetto alla "Vicinanza del mare" (38,2%). Da non sottovalutare, inoltre, il fatto che oltre un quarto dei "nuovi turisti" è stato incentivato nel suo viaggio verso il Salento dal consiglio o dall'invito di quanti conoscono il territorio perché lo hanno visitato in precedenza o ci abitano: infatti il 20,0% di essi si trova nel Salento perché "Località indicata da amici" ed il 3,8% in "Visita ad amici o parenti". Il passaparola si conferma così un elemento di primo piano nella scelta della destinazione.

Alla domanda su quale sia il valore attribuito ai diversi momenti della vacanza, i turisti hanno confermato il loro accentuato "interesse balneare". Ben il 62,5% dei turisti intervistati, infatti, attribuisce alla "Spiaggia" un valore elevato, il 26,4% un valore comunque medio e solo il 4,9% un valore basso. Anche la "Tranquillità e riposo" è segnalato quale aspetto di elevato valore da oltre la metà dei turisti (56,9% del totale).

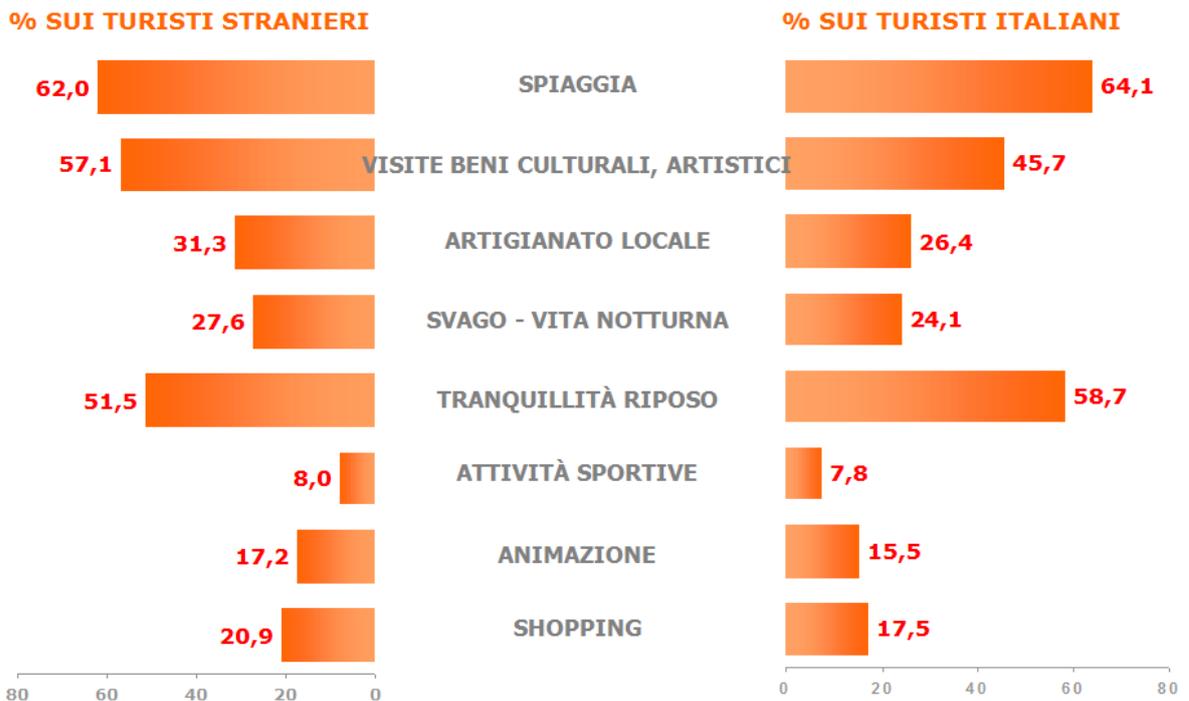
# 03

## IL VALORE ATTRIBUITO AI MOMENTI DELLA VACANZA



# 04

## I MOMENTI DELLA VACANZA DI "ELEVATO" VALORE



Un elemento di tutto rilievo nell'ambito della vacanza, sebbene non alla pari del binomio Spiaggia – Riposo, risulta l'aspetto culturale: infatti alle "Visite ai beni culturali ed artistici" il 45,6 % dei turisti attribuisce un elevato valore ed il 41,2% un valore comunque medio. Sono in particolare i turisti stranieri a privilegiare questo aspetto, ritenendolo di elevata importanza nel 57,2% dei casi.

Agli occhi del turista che ha scelto il Salento appaiono un po' meno stimolanti altri lati della vacanza quali l'"Artigianato locale", lo "Svago, vita notturna", le "Attività sportive", l'"Animazione", e lo "Shopping". In particolare l'"Animazione" e le "Attività sportive" risultano avere un livello di interesse decisamente basso rispettivamente nel 27,0% dei casi e nel 25,9%.

- *Dal Web al Salento, arriva il "Turista 2.0"...*

---

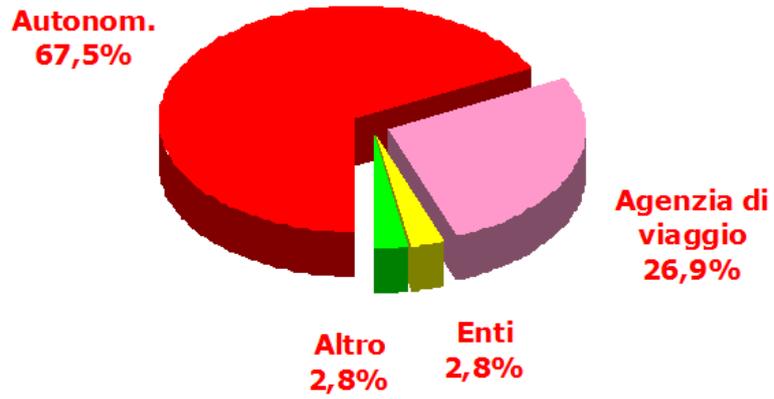
Oltre due turisti su tre hanno organizzato la propria vacanza autonomamente (67,5% dei turisti), rivolgendosi solo in misura ridotta ad agenzie di viaggio (26,9%) o ad altri soggetti (5,6%). Si sono mossi in maniera indipendente, prenotando personalmente la propria vacanza, soprattutto i turisti più fedeli al Salento (70,8% dei turisti che ritornano) ed i turisti italiani (68,7% dei turisti italiani). La percentuale si riduce notevolmente invece per i turisti stranieri, interessando poco più della metà di essi (53,4% dei turisti stranieri).

Per i turisti che pianificano la propria vacanza senza passare dall'agenzia viaggi è indubbiamente Internet la principale fonte di informazione, consultata dal 65,0% dei turisti "autonomi". Fondamentale anche il "Consiglio di conoscenti", ascoltato dal 21,5% di essi, nonché l'esperienza maturata in "Precedenti visite" di cui hanno fatto tesoro il 17,7% dei turisti "fai-da-te".

Internet rimane una importante fonte di informazione anche per i turisti che, per l'organizzazione della vacanza, si sono affidati ad una agenzia di viaggi, i quali si sono rivolti al web per ottenere maggiori informazioni in quasi un terzo dei casi (32,1% di essi). Tra essi, tuttavia, rimane l'agenzia viaggi il mezzo di informazione più diffuso (72,6% dei casi).

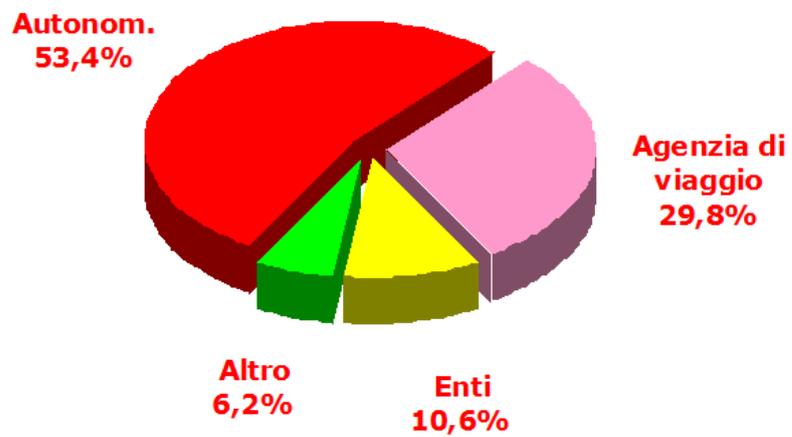
05

### LE MODALITÀ DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA



06

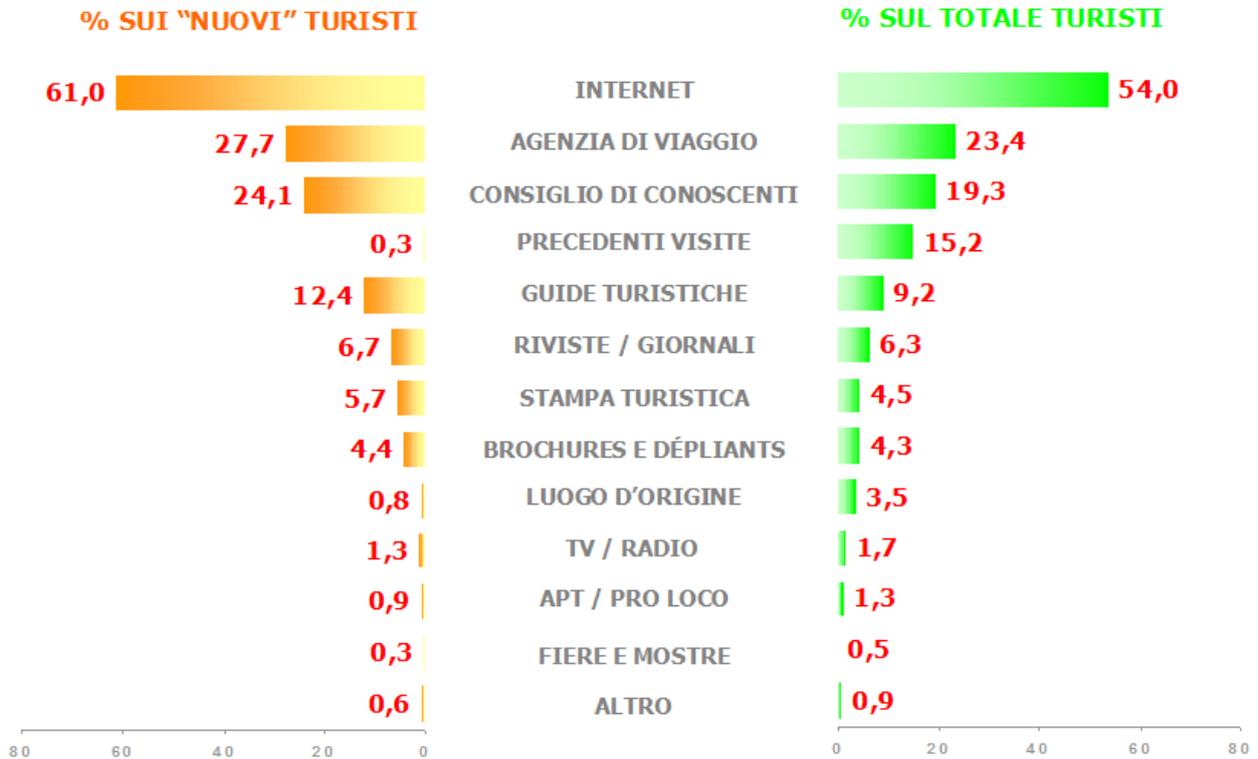
### LE MODALITÀ DI ORGANIZZAZIONE DELLA VACANZA PER I TURISTI STRANIERI



07

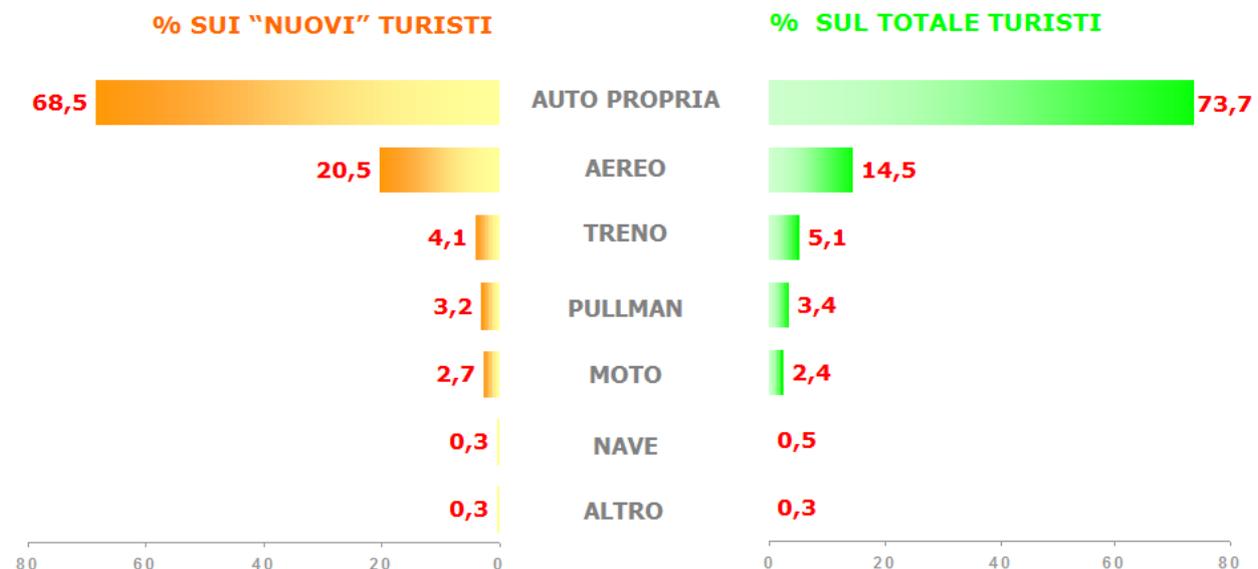
## TURISTI PER PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE SUL SALENTO

(possibili 2 risposte)



08

## IL MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RAGGIUNGERE IL SALENTO



Considerando i turisti nel loro complesso, quindi, Internet è stata utilizzata quale fonte di informazione dal 54,0% degli intervistati e dal 61% dei "nuovi turisti". Risulta interessante il confronto di tale dato con quanto emerso nel corso di una recente indagine sugli atteggiamenti dei cittadini europei verso il turismo (*Survey on attitudes of Europeans toward tourism* – Commissione Europea – 2011), che riporta pari al 45% la percentuale di cittadini che utilizzano Internet quale fonte informativa nel momento in cui decidono la propria vacanza, percentuale che sale al 54% per quanti preferiscono vacanze "non tradizionali" o destinazioni "fuori mano" ed al 55% per coloro che sono orientati per una destinazione balenare.

Tornando al Salento, fonti informative pure importanti come le "Guide turistiche" e articoli o pubblicità su "Riviste e giornali" sono state consultate in minor misura dai turisti intervistati, rispettivamente nel 9,2% e nel 6,3% dei casi. Ancora inferiore il numero di turisti che si è informato su "Stampa turistica" (4,5%), "Brochures e dépliants" (4,3%), "TV/Radio" (1,7%), "APT/pro loco" (1,3%). Minimo poi il numero di coloro che si sono informati attraverso "Fiere e mostre" (0,5%), probabilmente perché frequentate soprattutto da *tour-operator* e professionisti del settore turistico, piuttosto che direttamente dai fruitori finali.

In ogni caso la quasi totalità dei turisti che ha soggiornato in strutture ricettive riconducibili alla fascia di prezzo più alta, non ha incontrato difficoltà nel reperire informazioni sulla località di soggiorno (91,0%), rimanendo limitato ad un residuo 7,9% il numero di coloro che hanno avuto problemi.

## ● *Il "Turista 2.0" arriva in auto*

---

Per raggiungere il Salento quasi tre turisti su quattro hanno utilizzato l'auto (73,7% degli intervistati), che si conferma così il mezzo di trasporto di gran lunga più diffuso. Si tratta di una percentuale molto alta, se si pensa che in media i cittadini europei, nel 2010, hanno raggiunto la propria principale destinazione di vacanza in auto o in moto solo nel 44% dei casi (fonte: *Survey on Attitudes of Europeans toward tourism*, 2011)

Decisamente inferiore la quota di turisti arrivata con mezzi pubblici quali l'aereo (14,5% dei turisti), il treno (5,1%), il pullman (3,4%), la nave (0,5%). Considerando congiuntamente quanti utilizzano l'auto, il pullman o la moto

(che interessa il 2,4% di turisti), la percentuale degli intervistati che è arrivata nel Salento "su gomma" sfiora l'80%.

Nella scelta del mezzo di trasporto il comportamento dei turisti è influenzato, come ovvio, dalla provenienza, ma probabilmente anche dal fatto di conoscere o meno il Salento per averlo visitato in precedenza. Il mezzo aereo risulta così il più diffuso tra i turisti stranieri che visitano per la prima volta la provincia di Lecce, i quali lo utilizzano nel 67,0% dei casi. Sfiora invece l'80% la percentuale degli italiani "habitué" della vacanza nel Salento che giungono con l'auto.

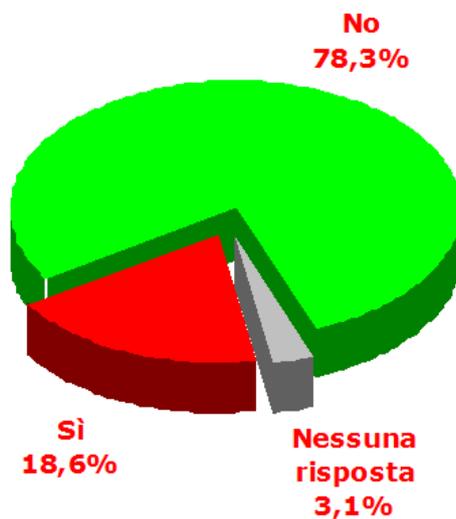
Il 78,3% dei turisti intervistati non ha avuto alcuna difficoltà nel raggiungere il Salento, mentre il 18,5% afferma di aver incontrato qualche problema. E' in particolare chi proviene dall'estero ad essere incappato in difficoltà, come ha dichiarato un turista straniero su tre (34,4% dei turisti stranieri). Il treno si rivela il mezzo di trasporto più "problematico": ben il 47,2% di quanti sono arrivati su rotaia è incorso in qualche disagio, rispetto al 29,3% di chi ha utilizzato l'aereo ed al 12,8% di chi ha utilizzato l'auto propria.

Ovviamente per via dell'elevato numero di turisti automobilisti la difficoltà segnalata con maggior frequenza riguarda una "Rete stradale/autostradale poco adeguata" (57,1% tra i turisti "in difficoltà" e 10,5% del totale intervistati), seguita da "Collegamenti ferroviari poco adeguati" (25,3% dei turisti in disagio) e da "Collegamenti aeroportuali poco adeguati" (22,9%).

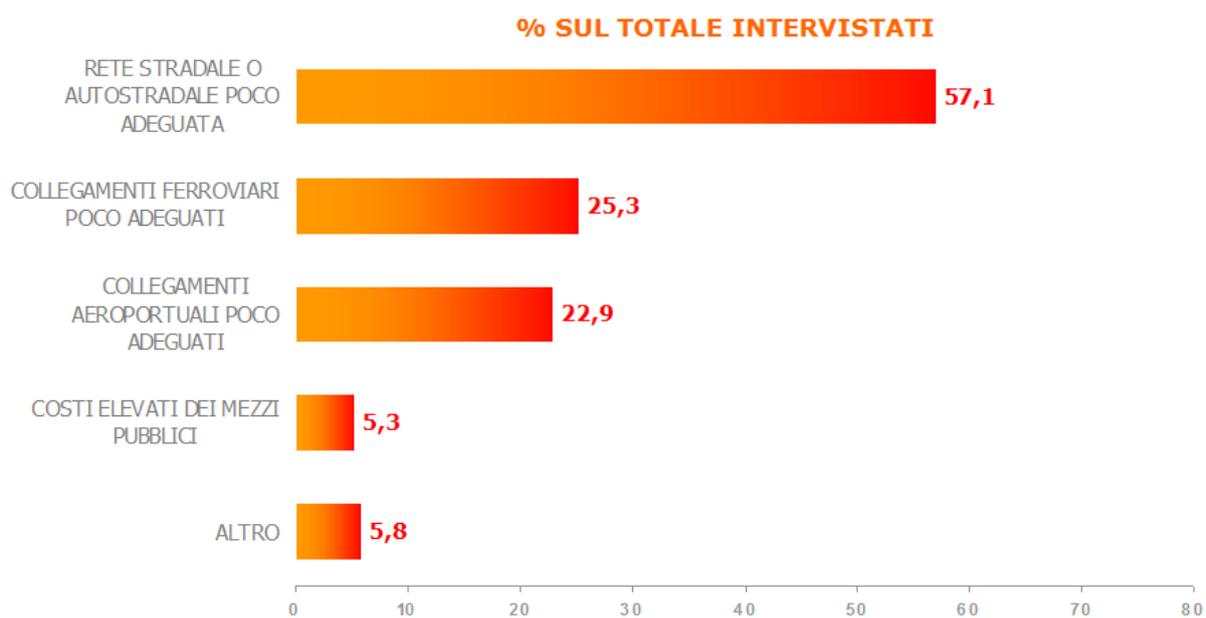
Una volta giunti nel Salento l'auto rimane di gran lunga il mezzo più utilizzato per gli spostamenti sul territorio, come affermato da ben l'87,6% degli intervistati. Il 75,3% di turisti si sposta infatti utilizzando l'auto propria ed il 12,3% auto a noleggio. In misura decisamente inferiore i turisti fanno ricorso ai pullman privati (4,7% degli intervistati), frequentemente consistenti in navette messe a disposizione dalle strutture ricettive ospitanti o dagli stabilimenti balneari. I restanti mezzi di trasporto sembrano assumere nel complesso decisamente minor rilievo, nessuno di essi interessa infatti quote di turisti superiori al 3%.

La fascia di turisti giunta nel Salento con mezzi pubblici (ossia utilizzando aereo, treno, pullman o nave), nella quale rientrano il 23,5% degli intervistati, manifesta abitudini di spostamento relativamente differenti. Gran parte di essi continua ad utilizzare l'auto, soprattutto a noleggio (47,3% degli interessati), ma con una certa frequenza fa ricorso anche a mezzi alternativi quali "Salento in bus" (9,5%), "Autobus di linea" (9,3%), "Taxi" (8,7%) o anche il "Treno" (5,0%), mezzo questo che non sembra riscuotere grande successo tra i frequentatori di strutture ricettive a 4 o 5 stelle.

09

**HA TROVATO DIFFICOLTÀ NEL RAGGIUNGERE IL SALENTO?**

10

**TURISTI CHE HANNO INCONTRATO DIFFICOLTÀ NEL RAGGIUNGERE IL SALENTO, PER PROBLEMATICA INCONTRATA***(possibili 2 risposte)*



Alla domanda su quali siano i due principali punti di forza della “Vacanza Salento”, le risposte dei turisti vedono ai primi posti elementi fortemente caratterizzanti il territorio, perché connessi alla sua natura, alla sua storia ed alle sue tradizioni.

Nella percezione degli intervistati l’elemento di punta è senza dubbio l’insieme delle “**Risorse naturali ed ambientali**” della provincia, segnalato da oltre tre turisti su quattro (76,4% del totale). Seguono, con percentuali più basse, i “**Centri storici, musei, beni culturali ed artistici**”, segnalati dal 30,0% dei turisti e le “**Tipicità gastronomiche**” ritenute elemento di punta dal 28,4% degli intervistati.

Questi aspetti vedono concordi sia i “nuovi turisti” che i “turisti habitué”, mentre i visitatori stranieri si distinguono per il fatto di avere attribuito una differente priorità. Per essi, infatti, il maggior numero di segnalazioni riguarda i “Centri storici, musei, beni culturali ed artistici” (48,1% dei turisti stranieri), seguito dalle “Risorse naturali ed ambientali” (42,9% degli stranieri) e dalle “Tipicità gastronomiche” ritenute elemento portante della vacanza nel Salento da oltre un terzo dei turisti stranieri (34,0%).

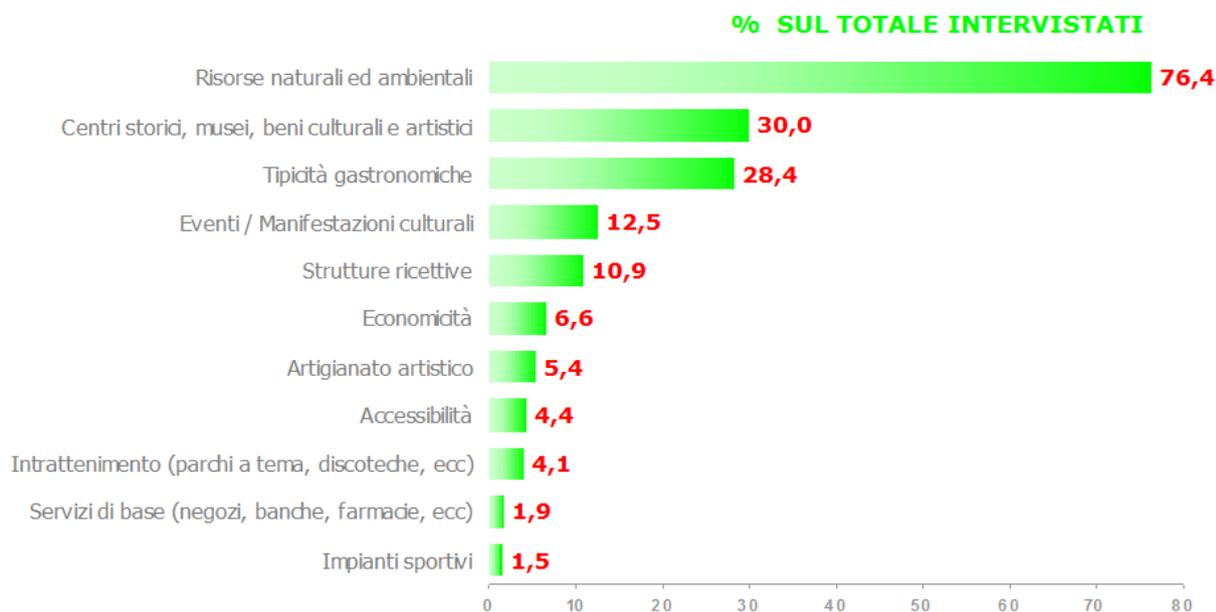
Rispetto agli aspetti citati appaiono meno competitivi elementi quali “Eventi / Manifestazioni culturali” e “Strutture ricettive” indicati rispettivamente dal 12,5% e dal 10,9% del totale degli intervistati. Solo un esiguo numero di visitatori, infine, ha percepito come punto di forza della vacanza nel Salento aspetti come “Economicità”, “Artigianato artistico”, “Accessibilità”, “Intrattenimento”, “Servizi di base” o “Impianti sportivi”, con percentuali che non superano in nessun caso il 7% di turisti.

Relativamente ai punti di forza della vacanza, un limitato numero di intervistati ha preferito non scegliere tra i temi standard proposti nel questionario, personalizzando la risposta e facendo riferimento ad aspetti prevalentemente connessi alla bellezza del mare ed alla cordialità degli abitanti.

11

## L'OPINIONE SUI PUNTI DI FORZA DELLA "VACANZA SALENTO"

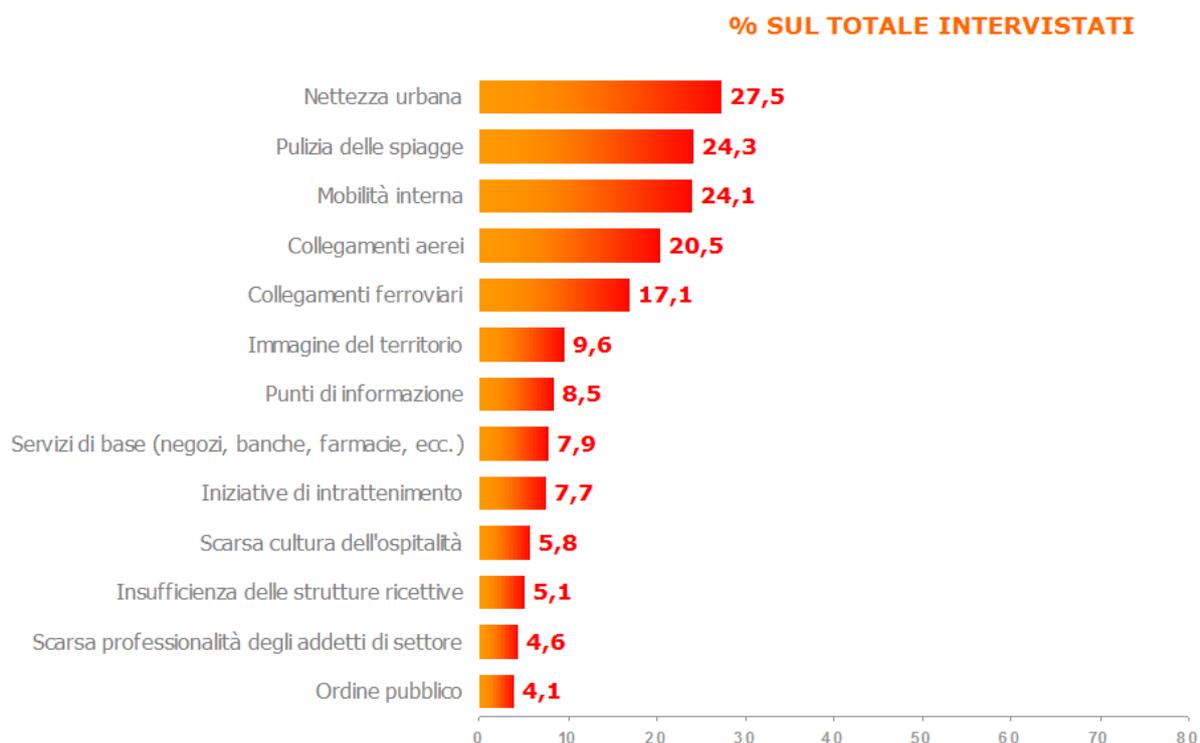
(possibili 2 risposte)



12

## L'OPINIONE SUI PUNTI DI DEBOLEZZA DELLA "VACANZA SALENTO"

(possibili 2 risposte)





Alla domanda su quali siano i due principali punti di debolezza della vacanza nel Salento, le opinioni dei turisti appaiono meno omogenee, infatti nessuna delle criticità segnalate coinvolge più del 30% degli intervistati.

Gli aspetti negativi più frequentemente segnalati hanno riguardato nell'ordine la "**Nettezza urbana**" (27,5% dei turisti) e la "**Pulizia delle spiagge**" (24,3%), tematiche che vedono critici in particolar modo i "nuovi turisti" per i quali le percentuali salgono rispettivamente al 31,1% ed al 27,5%.

La "**Mobilità interna**" è percepita come punto di debolezza della vacanza nel Salento da quasi un turista su quattro (24,1% dei turisti), soprattutto da coloro che sono giunti nel Salento utilizzando mezzi pubblici, i quali si sono espressi in tal senso nel 27,4% dei casi.

I "**Collegamenti aerei**", invece, sono stati segnalati quale fattore critico dal 20,5% dei turisti, in particolar modo dagli stranieri (26,1% dei turisti stranieri) che, come detto in precedenza, utilizzano con maggiore frequenza tale mezzo, mentre i "**Collegamenti ferroviari**" sono stati indicati dal 17,1% degli intervistati.

Quote di turisti decisamente inferiori hanno avvertito come punti di debolezza nell'ordine: l'"Immagine del territorio" (9,6% di intervistati), i "Punti di informazione" (8,5%), i "Servizi di base" (7,9%), le "Iniziative di intrattenimento" (7,7%), la "Scarsa cultura dell'ospitalità" (5,8%), l'"Insufficienza di strutture ricettive" (5,1%), la "Scarsa professionalità degli addetti al settore" (4,6%) o, in ultimo, l'"Ordine pubblico" (4,1%).

Risulta interessante osservare, a dimostrazione della notevole varietà di opinioni in merito ai punti di debolezza della vacanza nel Salento, che ben il 6% degli intervistati ha preferito non scegliere tra i temi proposti nel questionario, indicando invece risposte alternative personalizzate. Le questioni rimarcate più frequentemente riguardano, nell'ordine, traffico caotico e carenza di parcheggi; segnaletica stradale inadeguata; costi eccessivi; stabilimenti balneari inadeguati; insufficienti servizi di assistenza sanitaria; scarsa attenzione agli animali; bagni pubblici carenti. In minima parte anche l'abusivismo diffuso e la presenza di barriere architettoniche.

## ● *I turisti ci giudicano*

---

Ai turisti è stato chiesto di esprimersi sui diversi aspetti della vacanza attraverso un giudizio positivo (ottimo o buono), di sufficienza o di disapprovazione (scarso), in relazione al grado di soddisfazione rispetto all'offerta ricevuta.

Il mare e le bellezze naturali del territorio che, come visto in precedenza, hanno spesso motivato la scelta del Salento quale destinazione-vacanza, sono, come prevedibile, anche gli elementi capaci di suscitare nel turista maggiore entusiasmo, a riconferma del proprio fascino e potere attrattivo. Per i servizi offerti, invece, non sempre si è registrata analoga unanimità di consensi.

Il **Mare pulito** del Salento ha così visto addirittura il 61,0% degli intervistati concordi nell'attribuire il giudizio di ottimo, ed il 28,6% optare comunque per quello di buono. Solo in minima parte è stata assegnata una valutazione sufficiente (5,2%) o scarsa (1,4%).

La **Pulizia delle spiagge/attrezzature** ha invece ottenuto valutazioni meno unanimi, ricevendo giudizi sia ottimi (25,4% dei casi), che buoni (38,1%) o quanto meno sufficienti (18,7%), ma anche scarsi nel 12,5% dei casi. Una variabilità di opinioni che probabilmente trova spiegazione nelle differenti condizioni in cui versano lidi attrezzati e spiagge libere.

L'**Ambiente, verde pubblico** è "promosso" con un giudizio ampiamente positivo, sebbene meno entusiastico rispetto a quello ottenuto dal mare. Infatti è stato ritenuto eccellente da un turista su quattro (25,5% degli intervistati), ma più frequentemente considerato come buono (44,3% dei turisti).

Insieme agli aspetti attinenti a natura e paesaggio, anche i **Servizi offerti dalla struttura di soggiorno** hanno lasciato i visitatori particolarmente soddisfatti con opinioni in prevalenza buone (42,7% degli intervistati), ma spesso anche eccellenti (38,8% dei casi), trattandosi di strutture di fascia alta, classificate con 4 o 5 stelle.

Le opinioni sul **Livello dei prezzi** mettono in evidenza come il Salento sia ritenuto una meta relativamente "a buon mercato", sebbene non straordinariamente conveniente. Il giudizio su tale aspetto è risultato, infatti, buono o sufficiente nel 77,1% dei casi. Analoghe valutazioni per le opportunità di "Acquisti / Shopping" repute buone-sufficienti dal 71,0% dei turisti.

## IL GIUDIZIO SUI DIVERSI ASPETTI DELLA VACANZA



Il parere su **Eventi / Manifestazioni culturali** è prevalentemente positivo, sebbene non eccellente. Questi, infatti, sono stati considerati da gran parte degli intervistati buoni (45,7% dei turisti) e spesso sufficienti (21,5%), pur meritando un giudizio di ottimo per il 18,5% dei villeggianti.

Anche relativamente alle **Informazioni ai turisti** gli intervistati hanno frequentemente espresso un moderato grado di soddisfazione, raggiungendo in prevalenza una valutazione buona o sufficiente (68,9% dei casi).

Gli elementi sino ad ora citati non sono stati in nessun caso valutati come scarsi da più del 10% di turisti, con l'unica eccezione della "pulizia di spiagge e attrezzature". Gli intervistati si sono dimostrati invece maggiormente critici, tanto da non risparmiare giudizi anche aspri, relativamente alla segnaletica ed alla mobilità sul territorio provinciale, oltre che a questioni in qualche modo connesse allo stress cui è sottoposto il sistema viario salentino nel periodo di massima affluenza turistica a causa della presenza di un gran numero di "turisti automobilisti".

Infatti **Viabilità/traffico** e **Parcheggi** sono stati ritenuti decisamente insufficienti da quasi un turista su quattro, registrando il giudizio di scarso rispettivamente nel 23,2% e nel 24,1% dei casi. Nonostante le numerose critiche, tuttavia, nel complesso si raggiunge un giudizio di sufficiente/buono, attribuito dal 62,1% dei turisti alla viabilità/traffico e dal 60,1% di essi ai parcheggi.

**Segnaletica turistica** e **Segnaletica stradale** hanno collezionato il maggior numero di pareri negativi, essendo ritenute scarse rispettivamente dal 26,4% e dal 27,1% dei turisti. In realtà non tutti i turisti concordano su un giudizio così drastico, probabilmente anche a causa di una situazione differenziata a livello territoriale. I visitatori meno critici hanno spesso optato per valutazioni buone o sufficienti, pur raggiungendo raramente il giudizio di ottimo (che ha riguardato non più del 7% dei turisti).

Sulla questione **Trasporti pubblici** un elevato numero di intervistati (28,4%) ha preferito non esprimersi. Il motivo del diffuso "no-comment" può essere molteplice. Da un lato potrebbe essere dovuto al fatto che molti turisti, arrivati nel Salento con la propria auto o con mezzo noleggiato, non hanno ritenuto di utilizzare i trasporti pubblici locali quale agevole alternativa di spostamento rispetto al mezzo proprio. Dall'altro lato il motivo potrebbe consistere nella presenza di turisti "stanziali" non interessati a trasferire durante la villeggiatura. Il 18,6% degli intervistati si è invece chiaramente espresso sulla questione trasporti pubblici con un parere negativo. Tale

percentuale sale a ben il 26,7% per i turisti arrivati nel Salento con i mezzi pubblici e quindi senza la disponibilità di un autonomo mezzo di spostamento. I restanti turisti si sono orientati in prevalenza per un giudizio di sufficienza (30,7% dei turisti), in minor misura di buono (18,6%) o ottimo (3,4%).

Anche il **Servizio sanitario** è stato caratterizzato da un elevato numero di mancate risposte, corrispondente al 31,1% degli intervistati. Numerosi turisti hanno infatti preferito non sbilanciarsi in una valutazione sul servizio, non avendovi (fortunatamente) fatto ricorso. I turisti che invece si sono espressi sull'argomento hanno prevalentemente dato un giudizio sufficiente (31,1% degli intervistati) o buono (25,5%).

Infine i turisti appaiono discretamente soddisfatti dei **Servizi di ordine pubblico** valutati in prevalenza come buoni (37,9% dei turisti) o sufficienti (30,6%). Un po' meno dei **Servizi igienici** reputati come buoni dal 33,8% dei turisti, sufficienti dal 31,7% e scarsi dal 12,5%. Gli **Impianti e attrezzature sportive**, infine, registrano un elevato tasso di non risposta (24,0%) insieme ad un prevalente giudizio di sufficienza (33,6% dei turisti).

## ● *Salento in breve*

---

Agli intervistati è stato chiesto di definire con due aggettivi come il Salento sia apparso ai loro occhi nel corso della vacanza.

Gli aggettivi maggiormente gettonati hanno una connotazione positiva e piacevole. Infatti oltre un turista su tre associa il Salento alle espressioni "Accogliente" e "Splendido" (rispettivamente il 38,9% ed il 34,4% degli intervistati). Altri ancora lo vedono come "Mediterraneo" (26,7% dei turisti), "Naturale" (22,8%), "Rilassante" (18,8%) o, meno frequentemente, "Seducante" (8,5%).

Decisamente inferiore il numero di turisti che ha optato per aggettivi più critici, tra i quali il più ricorrente è "Disorganizzato", indicato dall'8,0% degli intervistati, seguito da "Lontano" (6,9% dei turisti), "Accettabile" (4,1%), "Trascurato e deludente" (3,8%) e "Frenetico" (1,8%).

Il 4,3% dei turisti intervistati ha preferito coniare proprie definizioni di Salento, piuttosto che scegliere tra le proposte del questionario. Le cosiddette "definizioni libere" hanno voluto in alcuni casi esaltare aspetti lieti della vacanza nel Salento, visto come: vario, esotico, divertente, meraviglioso, culturalmente ricco, interessante, incantevole, selvaggio.

Più frequentemente, con le risposte personalizzate, i turisti hanno voluto rimarcare i lati negativi del territorio (trascurato sebbene non deludente, sporco, affollato, per alcuni versi disorganizzato) oppure qualificare il Salento come territorio dalle molte potenzialità non totalmente espresse (per es.: "Bello e impossibile", "Un gioiello da valorizzare, curare, rispettare", "Può dare di più", "Bello, ma...da migliorare", ecc.). Nell'allegato statistico è riportato l'elenco completo di risposte.

## ● *Ritourneranno?*

---

I turisti intervistati, come si è visto, sono arrivati in provincia di Lecce con molteplici aspettative e si sono dimostrati, per alcuni versi, entusiasti di quanto loro offerto, per altri aspetti, invece, meno soddisfatti. Al fine di valutare quanto, nel complesso, il "Pacchetto Salento" sia stato in grado di rispondere alle attese, è stato chiesto loro di esprimersi sull'impressione generale suscitata dal territorio: in linea con le previsioni iniziali, deludente o positivamente sorprendente.

Circa la metà degli intervistati (50,7%) ritiene che il Salento abbia soddisfatto le iniziali aspettative, non riservando sorprese, positive o negative che siano. Ovviamente tra questi rientrano numerosi turisti *habitué*, che, nel corso di precedenti visite, hanno avuto modo di consolidare la propria opinione. Per essi, infatti, la percentuale di quanti non hanno cambiato idea sale al 56,2%.

Fa senza dubbio riflettere il fatto che ben il 46,4% degli ospiti, invece, ritorni dalla vacanza con un'impressione sulla provincia migliore rispetto a quella che aveva al momento dell'arrivo, segno che il soggiorno ha in qualche modo contribuito a far apprezzare aspetti in precedenza non valutati appieno. La percentuale sale al 51,5% per i "nuovi turisti", che, giunti per la prima volta nel Salento, hanno avuto modo di migliorare la propria iniziale considerazione.

Infine, è limitata ad un residuo 3,0% la percentuale di coloro che hanno visto disilluse le proprie aspettative, dato riferibile soprattutto ai "turisti esordienti" tra i quali si registra un 4,9% di delusi.

14

**QUAL È LA SUA IMPRESSIONE GENERALE SUL SALENTO?**



15

**CONSIGLIEREBBE AI SUOI AMICI UNA VACANZA NEL SALENTO?**



L'elevato numero di "nuovi turisti" che, durante la propria vacanza, si è confrontato con un Salento diverso, spesso migliore, di quello atteso, inevitabilmente fa sorgere il dubbio che le fonti di informazione da essi utilizzate non siano state del tutto capaci di trasmettere pienamente le varie opportunità che il territorio offre.

In tal senso le fonti meno efficaci sembrano essere proprio Internet, che, come visto in precedenza, è anche la più utilizzata, nonché i "Consigli di amici e conoscenti" che paiono non sempre totalmente esaurienti. Tale circostanza interessa in particolare i "nuovi turisti" che non possono contare sull'esperienza maturata nel corso di precedenti visite, ed emerge dal confronto tra i dati riferiti alle fonti di informazione consultate e quelli relativi al grado di rispondenza del territorio salentino rispetto alle iniziali aspettative.

Il reale banco di prova sul grado di soddisfazione finale del turista è stata la domanda posta al termine del questionario: "Consiglierebbe ai suoi amici una vacanza nel Salento?". Il quesito ha visto la quasi unanimità di risposte positive (90,5% degli intervistati), un minimo numero di incerti (6,7% dei turisti) ed un categorico diniego nel 2,8% dei casi.

In realtà sono i turisti "habitué" i più ferrei sostenitori della Vacanza-Salento, per essi, infatti, si registra un 92,3% di potenziali *sponsor*. Per i "turisti esordienti" la quota di quanti sarebbero disponibili ad incoraggiare gli amici a raggiungere il Salento rimane sempre elevata, pur risultando inferiore (88,1%) a causa di un maggior numero di incerti (8,9% di risposte "non saprei" tra i "nuovi turisti").

La generale disponibilità dei turisti intervistati a suggerire agli amici una vacanza nella provincia di Lecce, letta congiuntamente al gran numero di "nuovi turisti" che arriva nel Salento motivato dal consiglio di amici e conoscenti ed all'elevato grado di fidelizzazione riscontrato, lasciano ben sperare sulla possibilità di consolidare e migliorare gli attuali flussi turistici, a patto che le opinioni più critiche, che dall'indagine non sembrano interessare più di un turista su tre, non prendano nel tempo il sopravvento.

## ● *Salento a tavola*

---

Alla domanda su quali siano i due prodotti alimentari maggiormente associati al Salento, la gran parte dei turisti ha indicato l'olio d'oliva (67,0%) ed il vino (39,9%), individuando chiaramente i prodotti tipici per eccellenza del territorio.

Il fatto che ben due turisti su tre abbiano associato al Salento soprattutto l'olio d'oliva è collegato probabilmente, oltre alla sua effettiva presenza sulle tavole, anche alle ampie estensioni di uliveti che marcano fortemente il paesaggio salentino e che difficilmente passano inosservate agli occhi dei visitatori. E' probabilmente trascurabile, invece, l'influenza riconducibile al riferimento ad una bottiglietta d'olio salentino, quale *gadget* di ringraziamento, contenuto nella lettera di invito a rispondere al questionario.

Il binomio Vino-Salento, invece, sembra risultare maggiormente naturale al crescere del grado di conoscenza del territorio, come deducibile dal fatto che tale associazione riguardi il 37,3% dei nuovi turisti, il 41,7% dei turisti habitué ed il 53,0% dei turisti pugliesi.

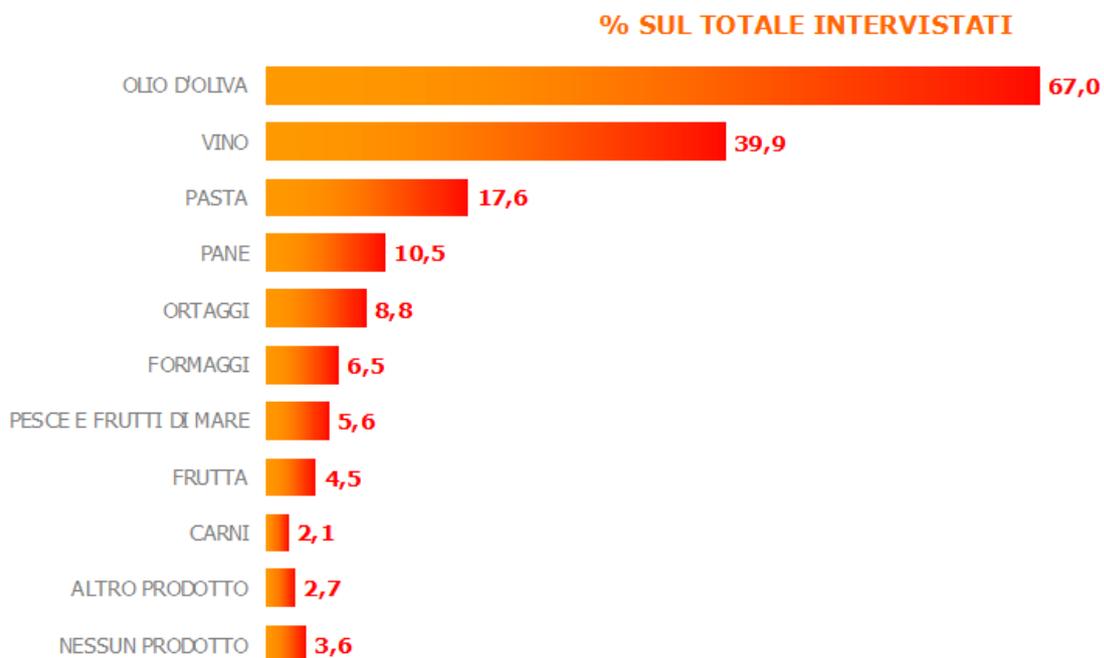
Gli altri prodotti frequentemente accostati sono nell'ordine la pasta (17,6%), il pane (10,5%), gli ortaggi (8,8%) ed i formaggi (6,5%). Inoltre il 5,6% degli intervistati ha indicato il pesce ed i frutti di mare, sebbene il questionario trascurasse di riportare tra le possibili "risposte standard" questo alimento. Tra le "risposte libere", con percentuali che non superano mai l'1%, compaiono: friselle, pasticciotti, pucce e rustici leccesi.

Come anticipato in premessa, il questionario ha approfondito l'atteggiamento dei turisti nei confronti dell'olio d'oliva in generale e di quello extra-vergine d'origine salentina nello specifico. Naturalmente i risultati vanno letti alla luce del particolare *target* sondato, ossia turisti che, alloggiando in hotel a 4 e 5 stelle, dimostrano una buona disponibilità di spesa, rientrando presumibilmente in una fascia di reddito medio-alta.

La grande maggioranza dei turisti intervistati (87,4%) risulta consumatore abituale di olio d'oliva, soprattutto gli italiani (89,0%) e in particolar modo i pugliesi (96,2%). Tra i turisti stranieri, invece, la quota di consumatori abituali si riduce al 68,7%.

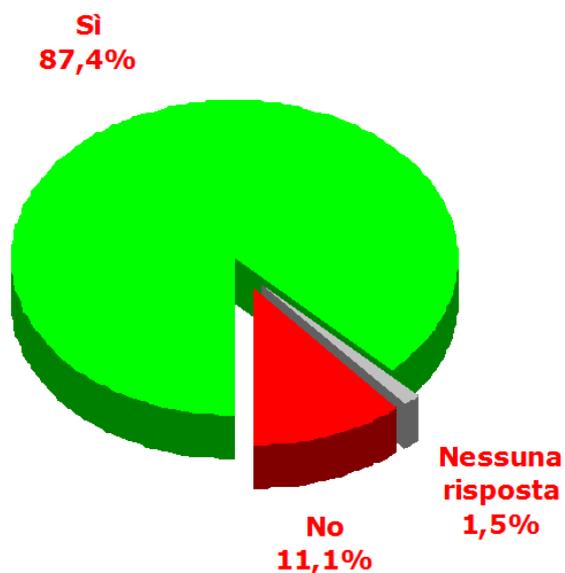
16

**PRODOTTI ALIMENTARI MAGGIORMENTE ASSOCIATI AL SALENTO**  
(possibili 2 risposte)



17

**È UN CONSUMATORE ABITUALE DI OLIO D'OLIVA?**



Ai turisti è stato chiesto quale fosse, prima del soggiorno nella provincia di Lecce, il grado di conoscenza dell'olio extra-vergine d'oliva d'origine salentina. Il 46,0% di essi ha affermato di essere un consumatore di olio salentino, in alcuni casi abituale (24,3% degli intervistati) e in altri occasionale (21,7%). Il 54,1% dichiara invece di non utilizzare il prodotto, essendo comunque informato su di esso (22,3% degli intervistati) oppure, più spesso, ignorandolo completamente (31,8%).

Naturalmente uno dei fattori che influenza l'attitudine al consumo di olio d'oliva di origine salentina può ritenersi la prossimità geografica rispetto al luogo di produzione. Il prodotto salentino è infatti utilizzato da oltre la metà dei turisti pugliesi (54,1%), che spesso lo consumano abitualmente (37,8%), e risulta invece meno diffuso tra i turisti non pugliesi (44,9%), e soprattutto, come prevedibile, tra gli stranieri (37,3%).

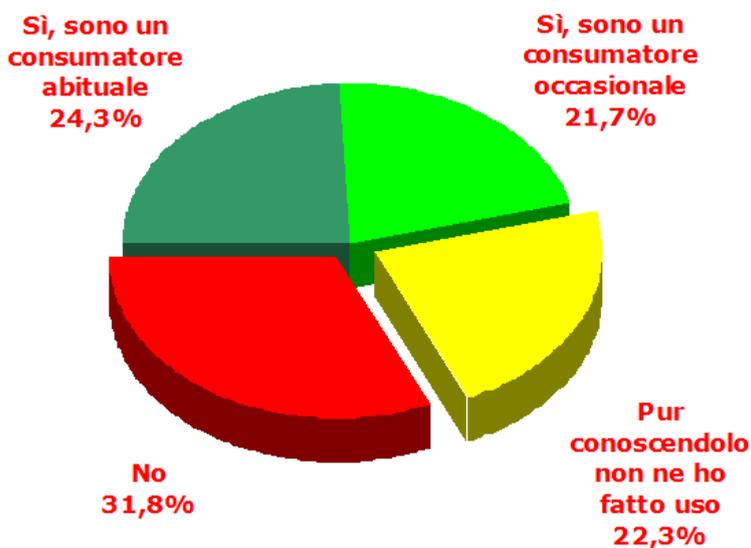
Le abitudini di consumo dell'olio salentino sembrano connesse non solo con la vicinanza geografica tra il luogo di produzione ed il luogo di residenza, ma anche con l'aver visitato o meno, in precedenza, la provincia di Lecce ed avere instaurato un qualche "legame con il territorio". Limitando l'analisi ai soli turisti non pugliesi, infatti, si osserva che il 57,5% dei visitatori abituati del Salento ha affermato di consumare il prodotto locale, regolarmente (29,8%) oppure occasionalmente (27,7%); la percentuale si riduce invece al 30,6%, per i "nuovi turisti" tra i quali peraltro prevalgono i consumatori occasionali (16,3%) rispetto agli abituali (14,3%).

Il soggiorno nel Salento sembra quindi una buona occasione per far conoscere il prodotto locale al di fuori della Puglia. Durante la vacanza, infatti, ben tre turisti su quattro hanno avuto modo di assaggiare l'olio d'oliva salentino (74,6%). Il 17,4% degli intervistati, invece, non è sicuro se l'olio consumato sia o meno una produzione extra-vergine locale e l'8,0% esclude categoricamente il suo utilizzo.

Un possibile efficace canale di promozione del prodotto locale potrebbe, senza dubbio, coinvolgere la ristorazione. In realtà solo il 26,1% dei turisti ha consumato olio d'oliva salentino su proposta del ristoratore, mentre nel 35,4% dei casi l'utilizzo è stato casuale e per il 13,1% è stato conseguenza della personale richiesta/iniziativa del turista.

18

**CONOSCEVA L'OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA D'ORIGINE SALENTINA PRIMA DEL SUO SOGGIORNO NEL SALENTO?**



19

**CONOSCEVA L'OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA D'ORIGINE SALENTINA PRIMA DEL SUO SOGGIORNO NEL SALENTO?**

**% SUI TURISTI NON PUGLIESI**

**% SUI TURISTI PUGLIESI**



Questi dati, letti congiuntamente all'elevato numero di turisti che non sono stati in grado di valutare l'origine dell'olio consumato (come visto pari al 17,4%), lasciano intendere che sicuramente una maggiore e più consapevole proposta di prodotto locale attraverso il canale della ristorazione potrebbe avere ricadute positive sui consumi futuri del prodotto.

Alla domanda conclusiva: "Ha intenzione in futuro di consumare olio extra-vergine d'oliva salentino?", ben il 63,1% degli intervistati ha dato una risposta affermativa, mentre il 29,7% ha espresso riserve sul tema e solo il 7% dei turisti ha escluso categoricamente il suo utilizzo. Anche coloro che non avevano mai utilizzato olio salentino prima del soggiorno nel Salento si sono riproposti di farlo in futuro nel 46,4% dei casi, mentre il 42,6% di essi rimane incerto e l'11,0% scarta l'idea.

Dalla lettura congiunta dei dati riferiti alle future intenzioni di consumo di olio extra-vergine d'oliva locale (che vedono il 63,1% di intervistati disponibili), e dei dati riferiti alle precedenti abitudini di utilizzo (dai quali emerge il 46,0% di intervistati "già consumatori" del prodotto) emerge come la vacanza nel Salento possa avere, almeno potenzialmente, conseguenze favorevoli sulle abitudini di consumo di olio extra-vergine d'oliva salentino da parte dei turisti, o quanto meno indurre ad una maggiore attenzione nei confronti del prodotto.

20

**DURANTE IL SOGGIORNO NEL SALENTO HA CONSUMATO OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA D'ORIGINE SALENTINA?**



21

**HA INTENZIONE IN FUTURO DI CONSUMATORE OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA SALENTINO?**

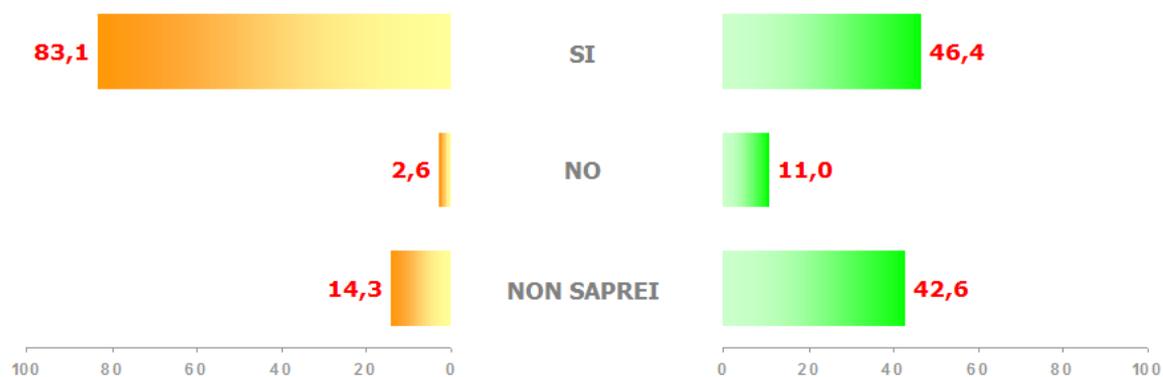


22

**HA INTENZIONE IN FUTURO DI CONSUMARE OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA SALENTINO?**

**% SUI TURISTI CHE GIÀ CONSUMAVANO OLIO SALENTINO**

**% SUI TURISTI CHE NON CONSUMAVANO OLIO SALENTINO**



## ● *Salento che vai... (I dati territoriali)*

---

L'analisi condotta è stata completata da una lettura dei dati disarticolata a livello territoriale, al fine di mettere in evidenza eventuali situazioni disomogenee tra le varie località di soggiorno. Il territorio salentino è stato, per tale scopo, scomposto in tre aree:

- l'"Area di "Lecce", nella quale rientrano il capoluogo ed i comuni limitrofi;
- il "Versante Adriatico", che comprende i comuni che si affacciano sul litorale Adriatico ed i comuni per i quali tale litorale costituisce il più rapido accesso alla costa;
- il "Versante Ionico", che, analogamente, comprende i comuni che si affacciano sulla costa Ionica ed i comuni per i quali il litorale ionico risulta maggiormente accessibile.

Di seguito verranno riportati sinteticamente i principali risultati, lasciando gli ulteriori approfondimenti alla lettura dei grafici e dei dati statistici analitici riportati nell'allegato statistico finale.

### Le motivazioni

Le vacanze estive nell'**Area di Lecce** sono risultate prevalentemente di breve durata e all'insegna del binomio Mare-Cultura. I turisti sono arrivati soprattutto in coppia (42,8%) e per la maggior parte hanno soggiornato pochi giorni (44,9%) o una settimana (38,4%).

La scelta di Lecce quale meta della vacanza è stata motivata in primo luogo dalle "Bellezze naturali ed artistiche" (43,5%) e, in secondo luogo, dalla "Vicinanza e bellezza del mare" (33,8%). Decisamente ridotto, invece, il peso di altre motivazioni, tra le quali prevale quella attinente la "Cultura e tradizioni locali" (15,2%). La "Validità delle strutture ricettive" assume un rilievo minimo (0,4%), probabilmente per via della ridotta durata del soggiorno. I momenti della vacanza di "elevato valore" sono soprattutto la "Spiaggia" (62,4%) e le "Visite ai beni culturali ed artistici" (58,0%).

Nel **Versante Ionico** i turisti sembrano aver privilegiato l'accostamento Mare-Relax ed i soggiorni sono in media più lunghi, durando nella maggior parte dei casi una settimana (50,4%) o più settimane (33,2%). I turisti sono arrivati solitamente con la famiglia (37,5%) o con amici (20,9%) ed il "gruppo vacanza" risulta in media più numeroso di quello che caratterizza le altre aree turistiche della provincia.

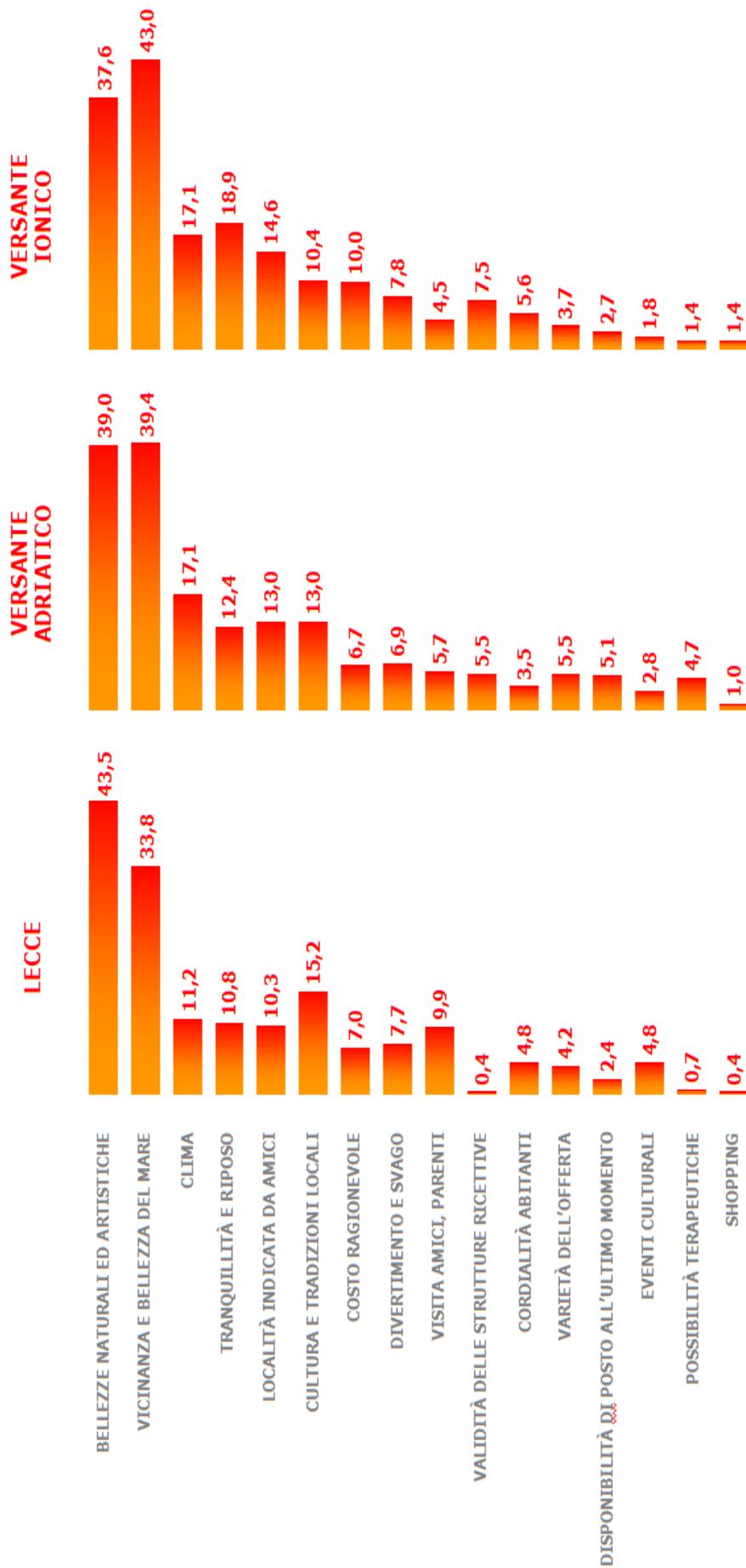
Essi attribuiscono "elevato valore" soprattutto ai momenti della "Spiaggia" (62,4%) e della "Tranquillità e riposo" (57,5%), e in minor misura alle "Visite ai beni culturali ed artistici" (38,4%). Hanno scelto il Salento soprattutto incentivati dalla "Vicinanza e bellezza del mare" (43,0% dei turisti) e, con minor frequenza, dalle "Bellezze naturali ed artistiche" (37,6%). Rispetto alle altre aree della provincia assumono maggior rilievo fattori attinenti al "Costo ragionevole della vacanza" (10,0%) o alla "Validità delle strutture ricettive" (7,5%), probabilmente per via della frequente presenza di famiglie e gruppi numerosi, unitamente alla maggiore durata del soggiorno.

Anche per i turisti che soggiornano nel **Versante Adriatico** è privilegiato l'abbinamento Mare-Relax, sebbene con una speciale attenzione all'aspetto culturale della vacanza. Il soggiorno dura nella maggior parte dei casi una settimana (50,2%) o più (32,1%) ed i gruppi di vacanza sono in media poco numerosi, prevalendo i turisti che arrivano in coppia (50,7% dei casi) rispetto alle famiglie (26,8%) ed ai gruppi di amici (16,4%).

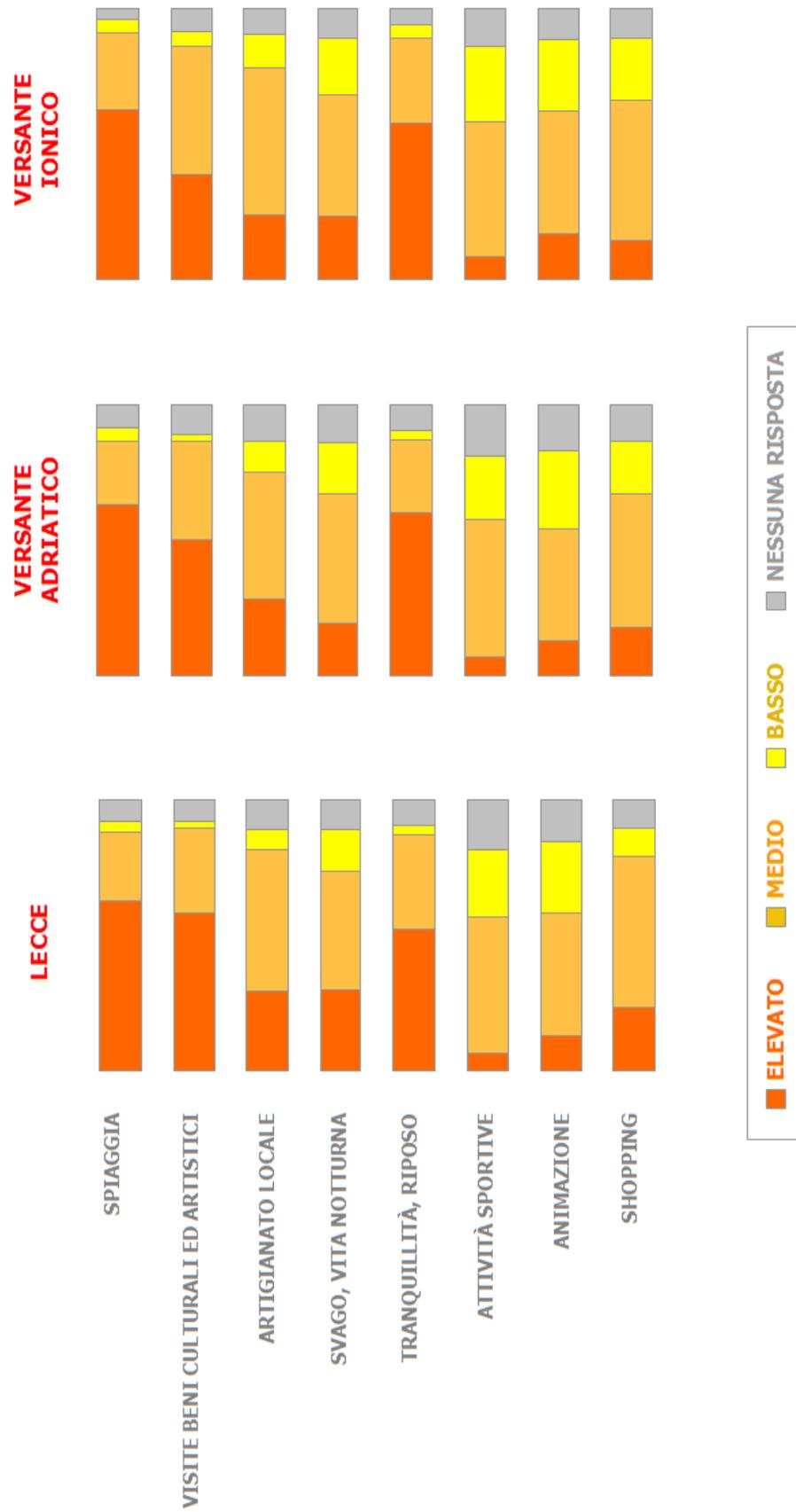
I momenti di "elevato valore" sono soprattutto la "Spiaggia" (63,0% dei turisti), la "Tranquillità e riposo" (60,2%) e le "Visite ai beni culturali ed artistici" (50,4%). Tra le motivazioni che hanno indotto alla visita nel Salento assumono sostanzialmente uguale rilievo le "Bellezze naturali ed artistiche" e la "Vicinanza e Bellezza del Mare", entrambe segnalate da circa il 39% degli intervistati.

## I PRINCIPALI MOTIVI DI SCELTA DEL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(possibili 2 risposte – % sul totale intervistati)

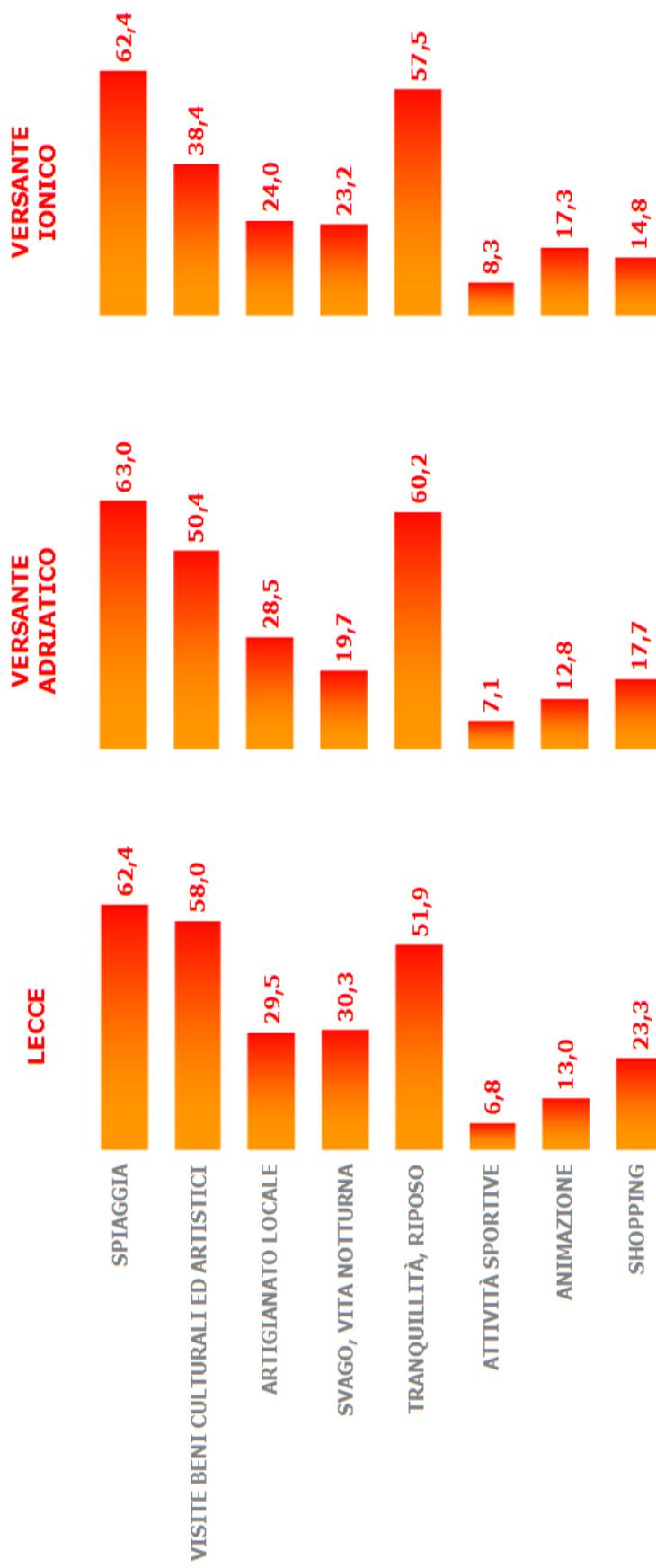


IL VALORE ATTRIBUITO AI MOMENTI DELLA VACANZA SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO



## I MOMENTI DELLA VACANZA DI "ELEVATO" VALORE, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(% sul totale intervistati)



## L'organizzazione della vacanza

Nelle varie aree del Salento i turisti hanno pianificato le proprie vacanze prevalentemente in maniera autonoma. La presenza di turisti "indipendenti" è maggiore nell'**Area di Lecce** (81,8%) rispetto al Versante Adriatico (72,7%) e a quello Ionico (59,9%). Al contrario il ricorso alle agenzie viaggio riguarda in special modo i visitatori del **Versante Ionico** (34,6%), che in un terzo dei casi si sono rivolti ai professionisti del settore, rispetto ai "turisti adriatici" (22,6%) ed ai "turisti ionici" (13,0%).

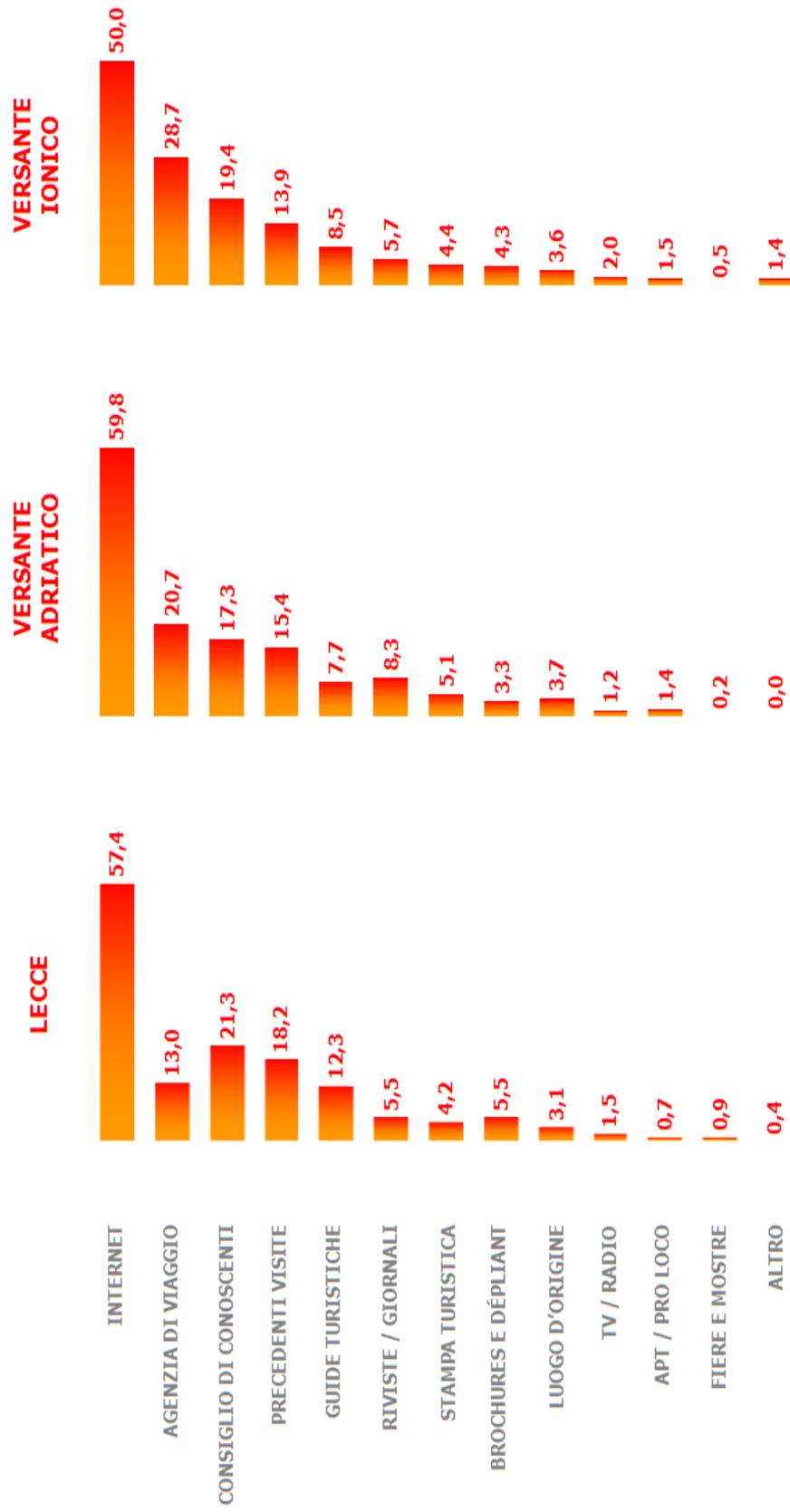
La fonte di informazione maggiormente consultata, comunque, è sempre Internet, in particolare per i turisti indipendenti e per quanti arrivano per la prima volta nel Salento. Le guide turistiche sembrano avere un qualche rilievo soprattutto nell'Area di Lecce, dove sono consultate dal 12,3% dei visitatori.

Per raggiungere le località di vacanza nelle diverse aree del Salento i turisti hanno prevalentemente fatto ricorso all'auto propria. Per l'**Area di Lecce**, tuttavia, si è registrato un più frequente ricorso al mezzo aereo, utilizzato dal 18,8% degli intervistati, in particolare dai "nuovi turisti" (30,9%), rispetto all'area adriatica (15,3%) e a quella ionica (12,5%). Per via del maggior numero di turisti che arrivano in aereo, nell'area del capoluogo si registrano più frequentemente lamentele per collegamenti aeroportuali poco adeguati.

In ogni caso le località più "problematiche" da raggiungere sono risultate quelle del **Versante Ionico**, infatti circa un turista su cinque ha lamentato disagi (20,2%), dovuti in primo luogo alla rete stradale e poi ai collegamenti ferroviari ritenuti inadeguati. La percentuale di quanti si sono trovati in difficoltà si riduce per il versante Adriatico (18,2%), ma soprattutto per l'area di Lecce (14,7%), che si rivela la più agevolmente accessibile.

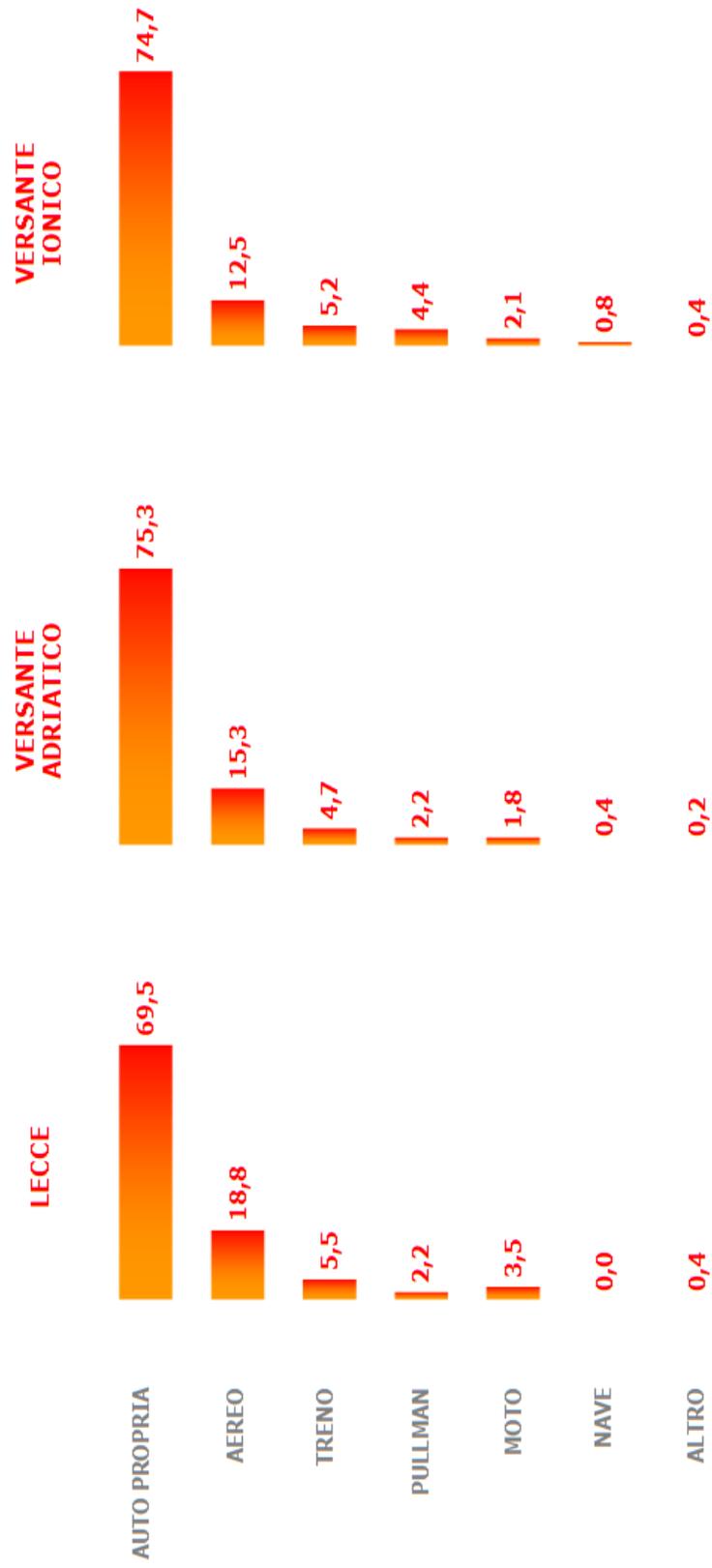
### PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONE SUL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(possibili 2 risposte - % sul totale intervistati)

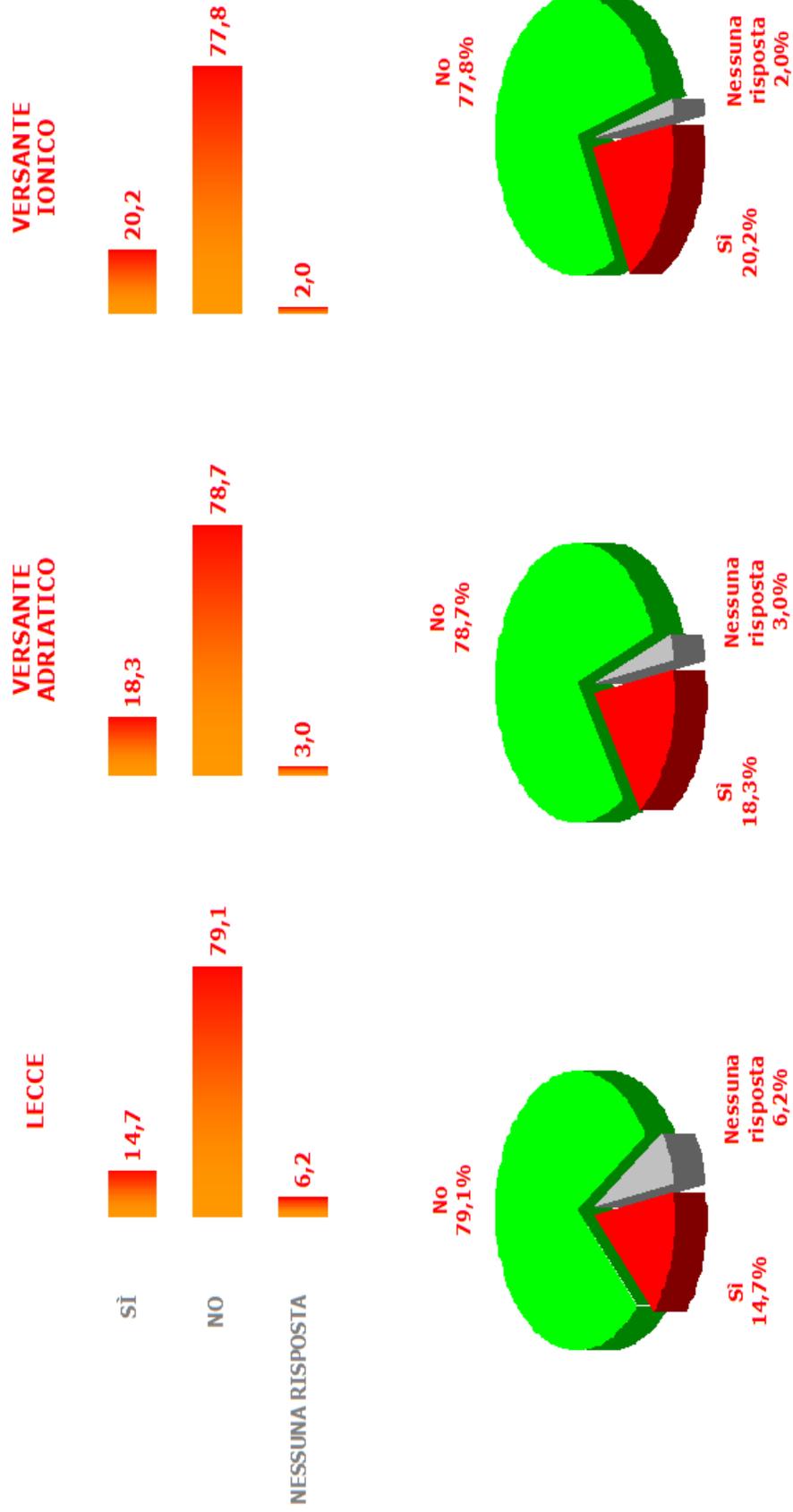


### MEZZO DI TRASPORTO UTILIZZATO PER RAGGIUNGERE IL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(% sul totale intervistati)



**DIFFICOLTÀ INCONTRATE NEL RAGGIUNGERE IL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**  
 (% sul totale intervistati)



## I punti di forza

I turisti che soggiornano nelle tre aree turistiche considerate concordano nel ritenere l'insieme di "Risorse naturali ed ambientali" di gran lunga il principale punto di forza della vacanza estiva nel Salento, seguito dai "Centri storici, musei, beni culturali ed artistici" e quindi dalle "Tipicità Gastronomiche". L'unica eccezione riguarda il **Versante Ionico**, dove la gastronomia locale viene preferita all'insieme delle risorse culturali ed artistiche che il territorio offre.

Le "Risorse naturali ed ambientali" ricevono il maggior numero di segnalazioni nel **Versante Adriatico** (81,0%), mentre i "Centri storici, musei, beni culturali e artistici" e le "Tipicità gastronomiche" sono considerati un fattore vincente del Salento soprattutto per l'**Area di Lecce**, dove ricevono rispettivamente il 41,9% ed il 32,3% di segnalazioni.

## I punti di debolezza

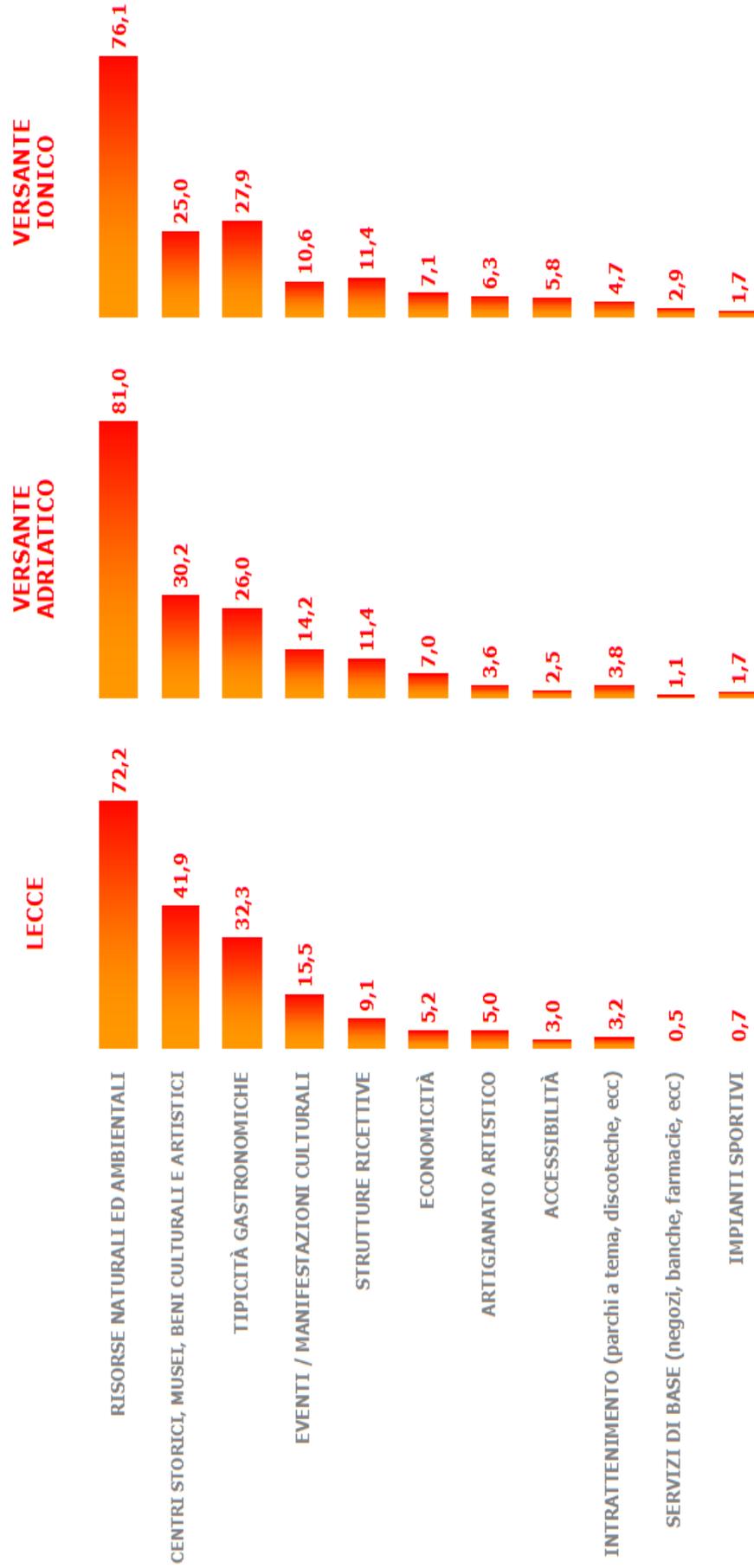
Relativamente ai punti di debolezza della vacanza estiva nel Salento le opinioni dei turisti sono meno omogenee a livello territoriale, risultando accomunate soprattutto dalla necessità di mantenere le spiagge pulite, data la prevalente motivazione balneare della vacanza.

Per l'**Area di Lecce** le situazioni critiche riguardano in primo luogo la "Nettezza urbana", indicata dal 27,8% dei turisti, ed i "Collegamenti aerei" (27,6%), seguiti dalla necessità di una maggiore "Pulizia delle spiagge" (23,8%). La questione dei collegamenti aerei è particolarmente sentita per l'area di Lecce, caratterizzata da soggiorni di durata relativamente breve e quindi da una maggiore esigenza di ottimizzare i tempi del viaggio.

Per il **Versante Adriatico** il principale fattore di criticità è risultata la "Mobilità interna", segnalata dal 26,0% dei turisti, seguita dalla "Pulizia delle spiagge" (22,9%) e dai "Collegamenti aerei" (22,9%). Agli occhi dei turisti tale area appare la più penalizzata per quanto riguarda gli spostamenti sul territorio.

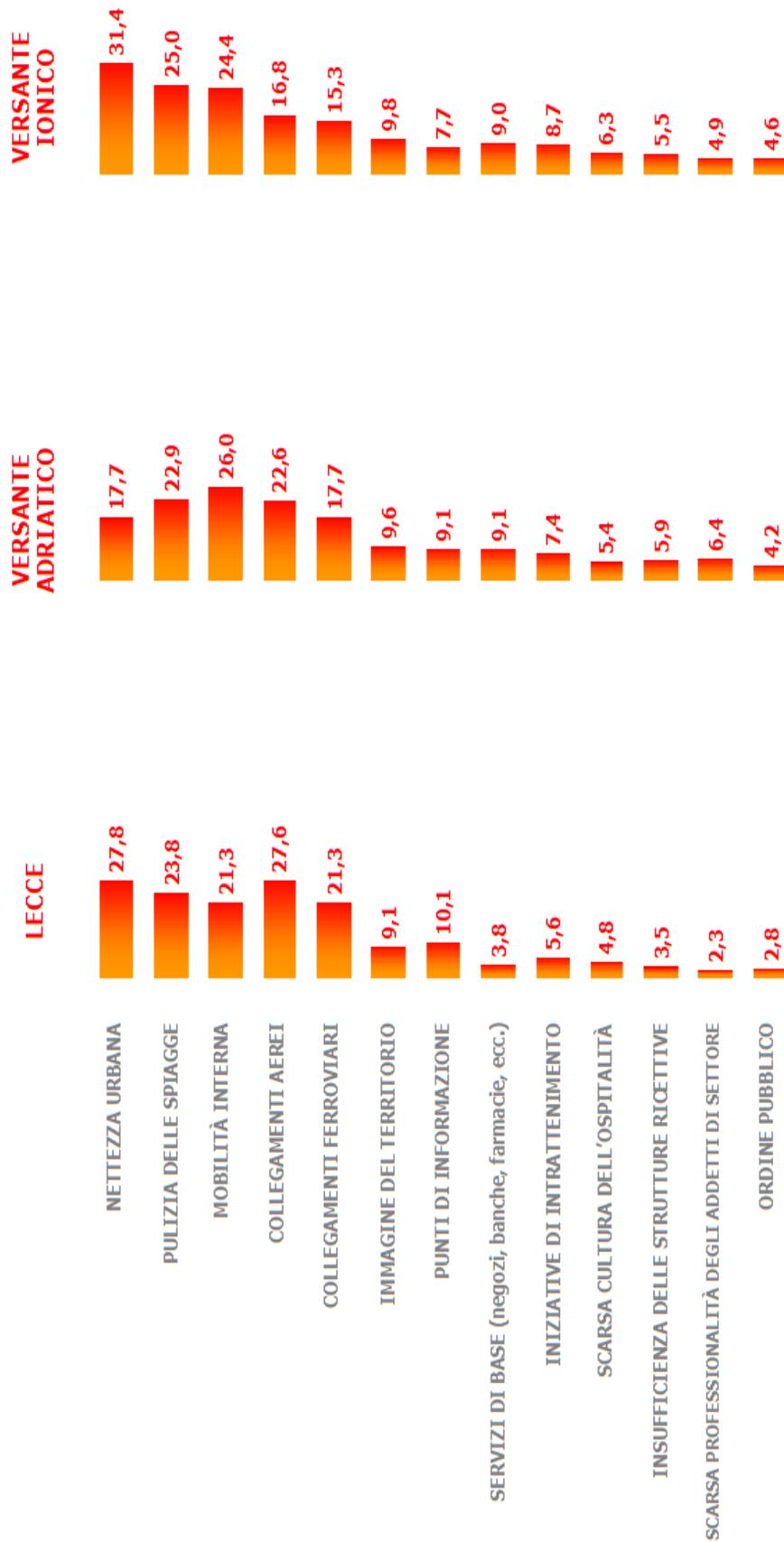
Per il **Versante Ionico** i turisti sembrano chiedere un maggior rispetto dell'ambiente, segnalando come fattori critici soprattutto "Nettezza urbana" e "Pulizia delle spiagge", rispettivamente nel 31,4% e nel 25,0% dei casi. Altro punto debole è la "Mobilità interna" del territorio come evidenziato da un turista su quattro (24,4%).

## L'OPINIONE SUI PUNTI DI FORZA DELLA "VACANZA SALENTO", PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

*(possibili 2 risposte - % sul totale intervistati)*

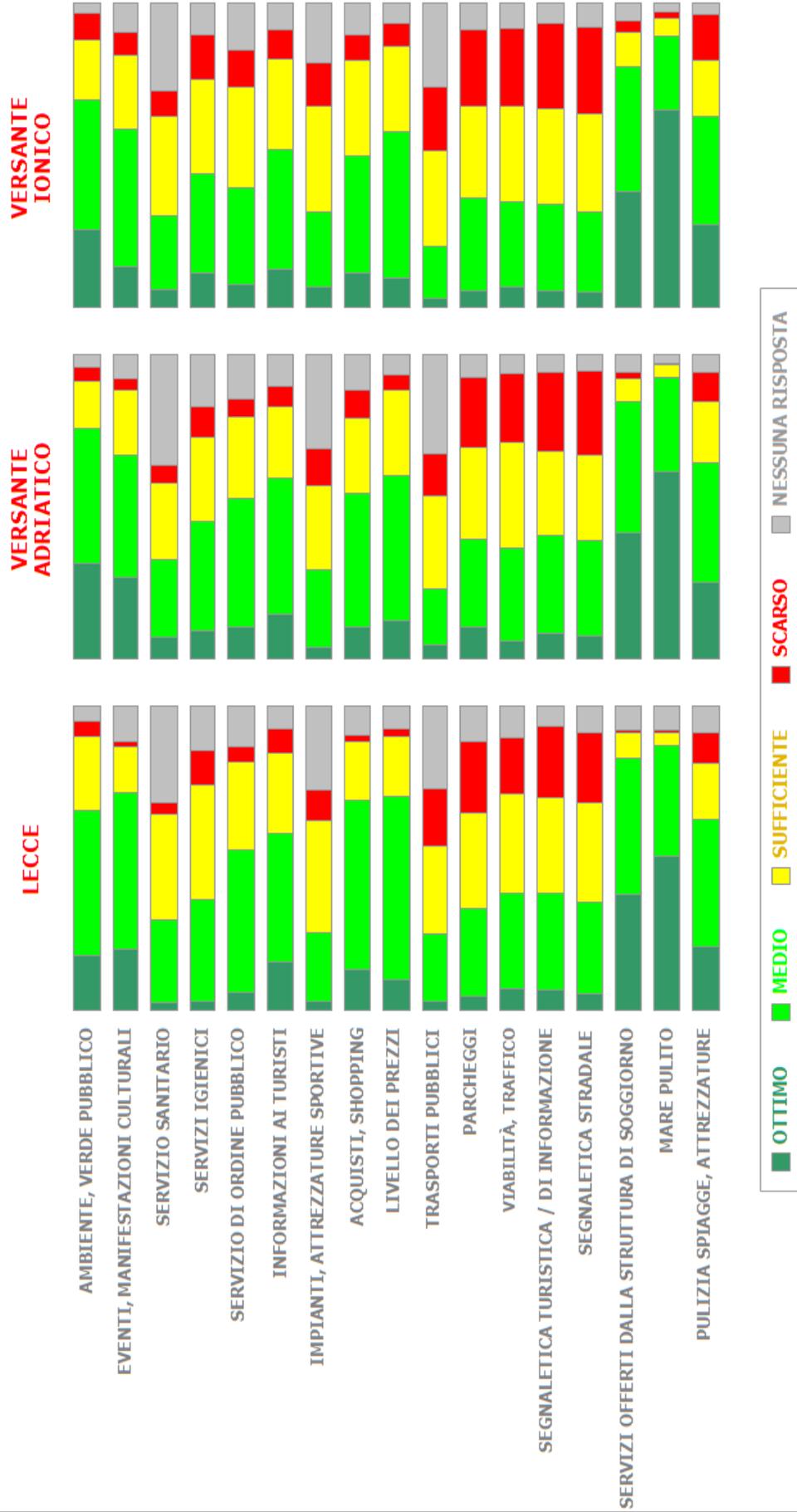
## L'OPINIONE SUI PUNTI DI DEBOLEZZA DELLA "VACANZA SALENTO", PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(possibili 2 risposte – % sul totale intervistati)



## IL GIUDIZIO SUI DIVERSI ASPETTI DELLA VACANZA, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO

(% sul totale intervistati)



## L'impressione generale

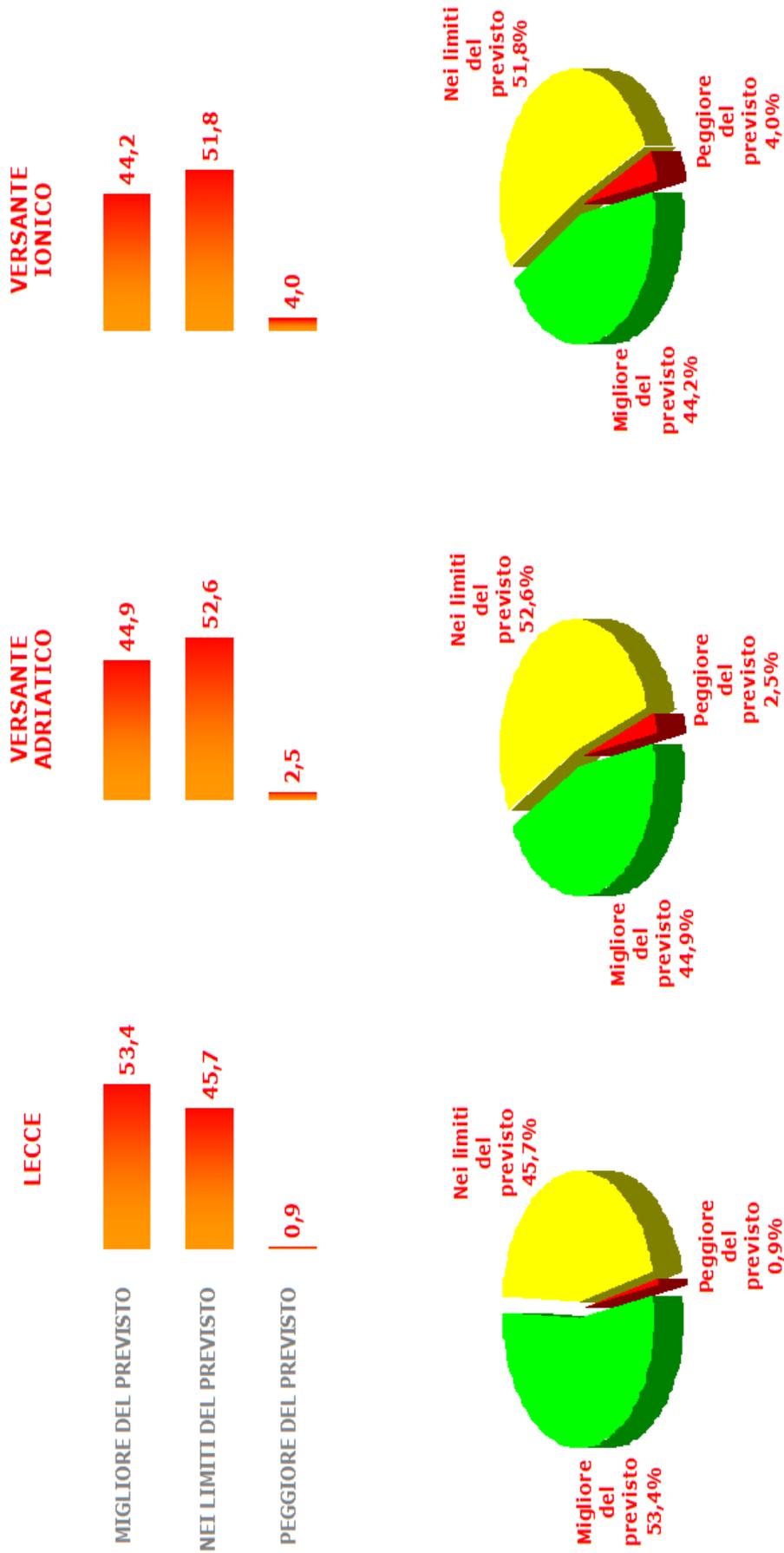
Nell'**Area di Lecce** oltre la metà dei turisti intervistati ha dichiarato, a fine intervista, di essere rimasto piacevolmente sorpreso dal Salento (53,4%), rivelatosi migliore del previsto sia per i "nuovi turisti" (54,5%) che per quanti ritornano (51,8%). Nel complesso essi si dichiarano pronti a consigliare agli amici una vacanza nel Salento nel 95,4% dei casi, dimostrando un entusiasmo maggiore di quanto non riscontrato per le restanti aree.

Nel **Versante Adriatico** invece, sono soprattutto i "nuovi turisti" a ritrovarsi di fronte ad un Salento migliore del previsto (54,2%), mentre per gran parte dei "turisti che ritornano" il territorio si è confermato in linea con le previsioni iniziali (60,2%). Anche per i "turisti adriatici", comunque, si conferma la disponibilità a suggerire agli amici un soggiorno nella provincia di Lecce (90,1%).

Nel **Versante Ionico** le previsioni iniziali sono rispettate soprattutto per i turisti habitu  (57,3%) rispetto ai "nuovi turisti" (44,1%). Tra questi ultimi, infatti, prevalgono quanti hanno avuto un'impressione migliore rispetto alle proprie aspettative iniziali (48,8%), pur essendo presente anche il 7,1% di delusi. Quest'ultimo dato incide probabilmente sulla disponibilit  a consigliare una vacanza nel Salento, che rimane comunque elevatissima (88,7%), ma che sconta nel complesso un minore entusiasmo rispetto alle restanti aree turistiche.

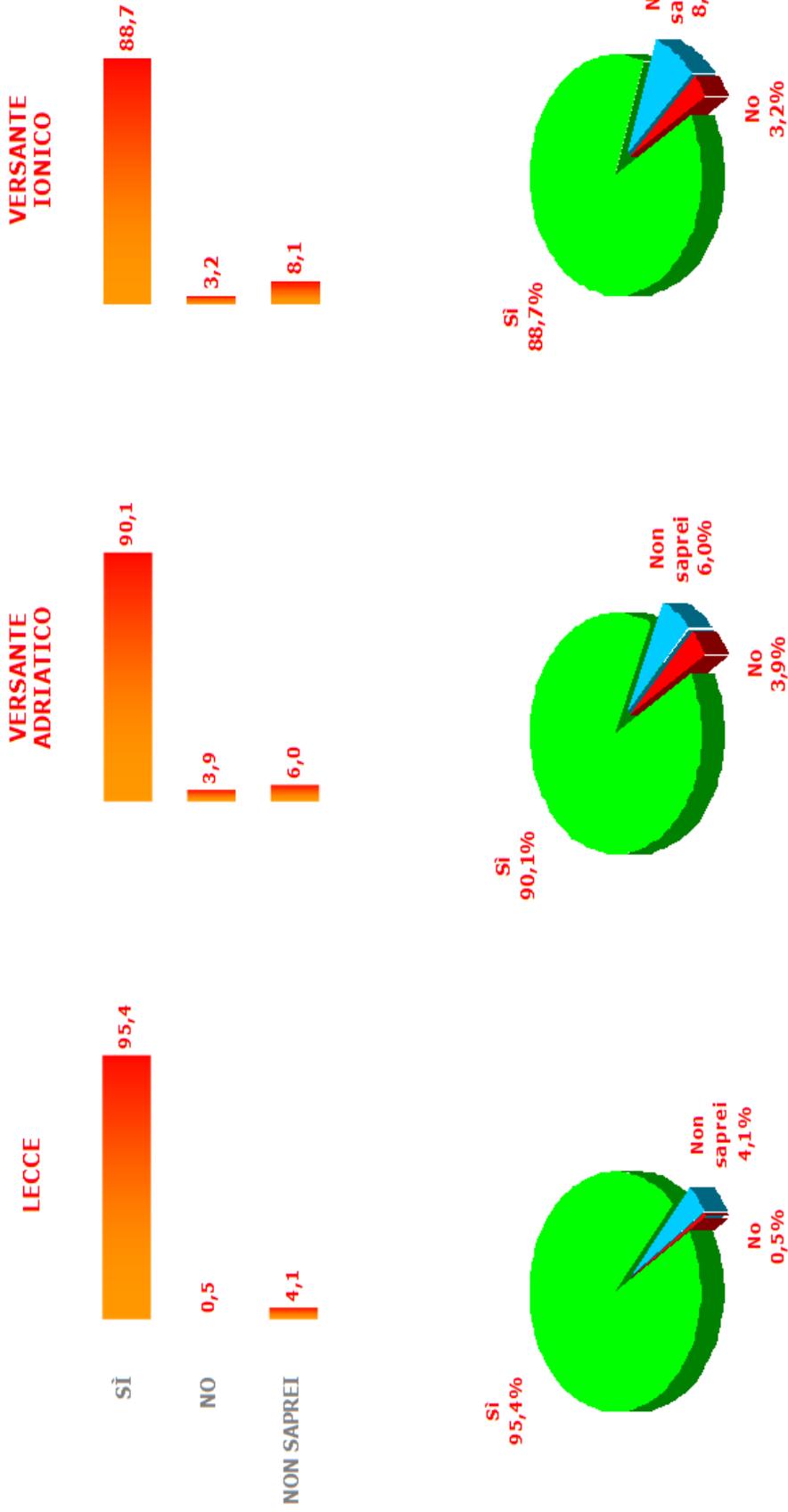
**IMPRESSIONE GENERALE SUL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**

(% sul totale intervistati)



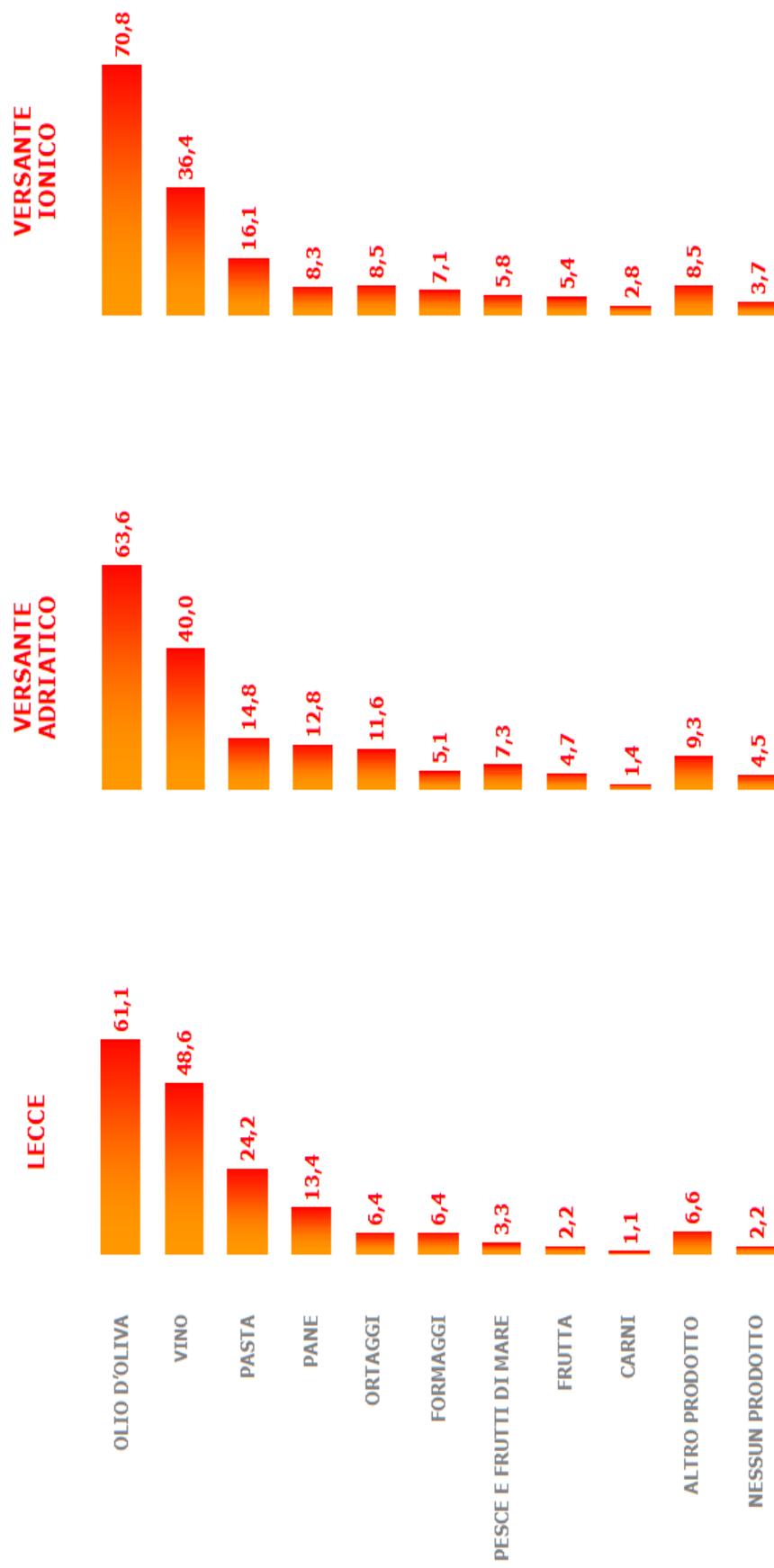
**DISPONIBILITA' A CONSIGLIARE UNA VACANZA NEL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**

(% sul totale intervistati)



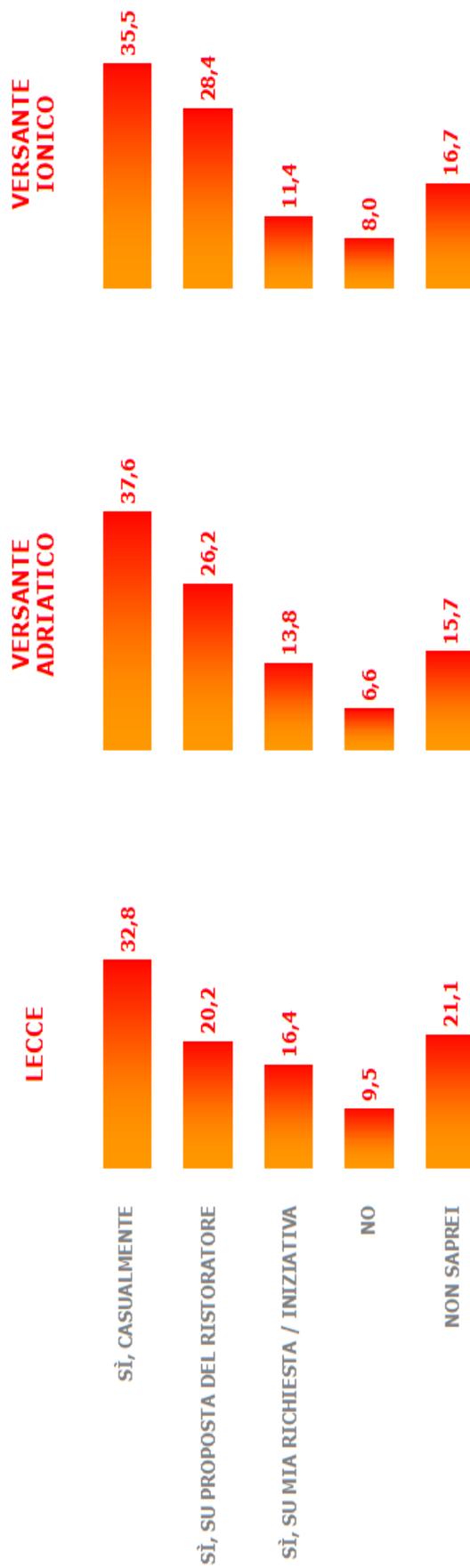
**PRODOTTI ALIMENTARI MAGGIORMENTE ASSOCIATI AL SALENTO, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**

*(possibili 2 risposte - % sul totale intervistati)*



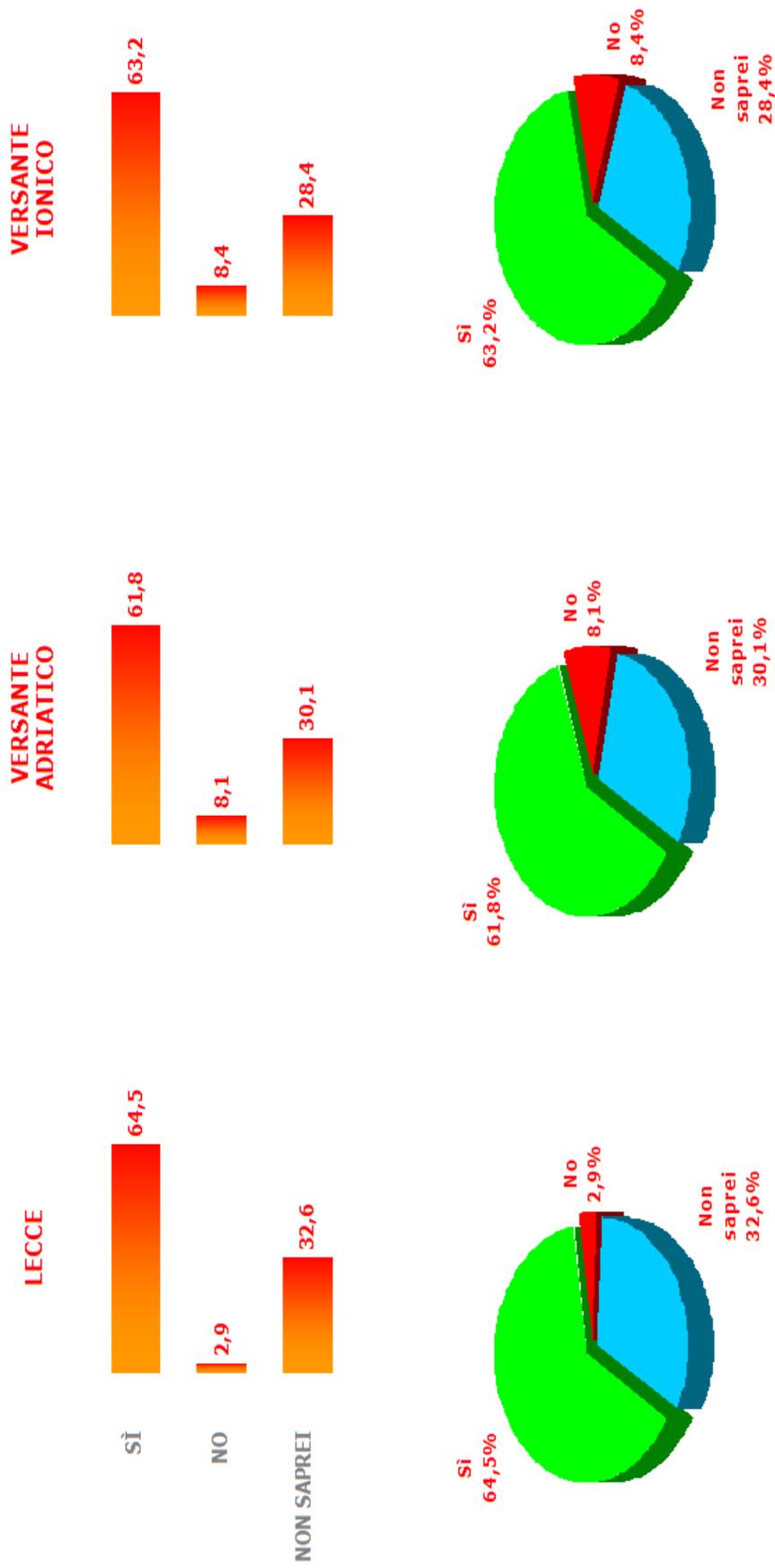
**TURISTI CHE HANNO CONSUMATO OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA D'ORIGINE SALENTINA  
DURANTE LA VACANZA, PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**

(% sul totale intervistati)



**TURISTI CHE INTENDONO CONSUMARE IN FUTURO OLIO EXTRA-VERGINE D'OLIVA SALENTINO,  
PER AREA TURISTICA DI SOGGIORNO**

(% sul totale intervistati)



- *IL QUESTIONARIO*

---





UNIONE EUROPEA



PROVINCIA DI LECCE



REGIONE PUGLIA



... la tua opinione ...

Struttura ricettiva \_\_\_\_\_

Località \_\_\_\_\_

## LA SUA VACANZA NEL SALENTO

*YOUR SUMMER HOLIDAY IN SALENTO*

### 1. Per quale motivo ha scelto il Salento? (indicare max 2 risposte)

*Why did you choose Salento for your holidays? (no more than 2 answers)*

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vicinanza al mare<br><i>Closeness to the seaside</i>                | <input type="checkbox"/> Eventi culturali<br><i>Cultural events</i>                | <input type="checkbox"/> Bellezze naturali ed artistiche<br><i>Natural beauty and art treasures</i> |
| <input type="checkbox"/> Costo ragionevole<br><i>Reasonable costs of the stay</i>            | <input type="checkbox"/> Divertimento e svago<br><i>Entertainments and fun</i>     | <input type="checkbox"/> Disponibilità di posto ultimo momento<br><i>Last minute availability</i>   |
| <input type="checkbox"/> Tranquillità e riposo<br><i>Rest and tranquillity</i>               | <input type="checkbox"/> Varietà dell'offerta<br><i>Variety of attractions</i>     | <input type="checkbox"/> Validità delle strutture ricettive<br><i>Quality of holiday resorts</i>    |
| <input type="checkbox"/> Shopping<br><i>Shopping</i>   | <input type="checkbox"/> Clima<br><i>Climate</i>                                   | <input type="checkbox"/> Località indicata da amici<br><i>Recommendation by friends</i>             |
| <input type="checkbox"/> Possibilità terapeutiche<br><i>Thermal therapy</i>                  | <input type="checkbox"/> Cordialità abitanti<br><i>Inhabitants' politeness</i>     | <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____<br><i>Other (specify)</i>                       |
| <input type="checkbox"/> Cultura e tradizioni locali<br><i>Culture and popular tradition</i> | <input type="checkbox"/> Visita amici / Parenti<br><i>Visit friends /Relatives</i> |   |

### 2. Ha visitato altre volte il Salento?

*Have you ever visited Salento before?*

- |  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Mai<br><i>No, never</i> | <input type="checkbox"/> Una volta<br><i>Once</i> | <input type="checkbox"/> Due volte<br><i>Twice</i> | <input type="checkbox"/> Molte volte<br><i>More than twice</i> |
|--|---|--|--|

### 3. Come ha organizzato la sua vacanza?

*How did you organize your holiday?*

- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Autonomamente<br><i>By myself</i> | <input type="checkbox"/> Agenzia di viaggio<br><i>Travel Agency</i> | <input type="checkbox"/> Enti<br><i>Local tourist boards</i> | <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____<br><i>Other (specify)</i> |
|--|---|--|---|

### Principalmente, quali fonti di informazione ha utilizzato? (indicare max 2 risposte)

Which information sources did you use to plan your holiday in Salento? (no more than two answers)

- |  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agenzia di viaggio<br><i>Travel Agency</i>        | <input type="checkbox"/> Stampa turistica<br><i>Specialist publications</i>    | <input type="checkbox"/> Precedenti visite<br><i>Previous holidays</i>                  | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Guide turistiche<br><i>Tourist guides</i>         | <input type="checkbox"/> Brochures e dépliant<br><i>Brochures and leaflets</i> | <input type="checkbox"/> Luogo d'origine<br><i>Place of origin</i>                      | _____   |
| <input type="checkbox"/> Fiere e mostre<br><i>Fairs and exhibitions</i>    | <input type="checkbox"/> APT / Pro loco<br><i>Local Tourist Board</i>          | <input type="checkbox"/> Consiglio di conoscenti<br><i>Recommendations from friends</i> |   |
| <input type="checkbox"/> Riviste / Giornali<br><i>Magazines/Newspapers</i> | <input type="checkbox"/> TV / Radio<br><i>TV/Radio</i>                         | <input type="checkbox"/> Internet<br><i>Internet</i>                                    |   |

### Ha incontrato difficoltà a reperire informazioni sulla località di soggiorno?

Was it difficult for you to find information about your holiday?

- Sì  
*Yes, it was*
- No  
*No, it wasn't*

### Quanto dura il suo soggiorno nel Salento?

How long are you spending in Salento on holiday?

- |   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Meno di una settimana<br><i>Less than one week</i> | <input type="checkbox"/> Due / Tre settimane<br><i>Two / Three weeks</i> | <input type="checkbox"/> Oltre il mese<br><i>More than one month</i>          | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Una settimana<br><i>One week</i>                   | <input type="checkbox"/> Un mese<br><i>One month</i>                     | <input type="checkbox"/> Sono di passaggio<br><i>I'm just passing through</i> | _____   |

### Quale mezzo di trasporto ha utilizzato principalmente per raggiungere il Salento?

What was the principal mode of transport by which you came?

- |   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Moto<br><i>Motorcycle</i>  | <input type="checkbox"/> Pullman<br><i>Coach</i> | <input type="checkbox"/> Nave<br><i>Ship</i>   | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Auto propria<br><i>Car</i> | <input type="checkbox"/> Treno<br><i>Train</i>   | <input type="checkbox"/> Aereo<br><i>Plane</i> | _____   |

### Ha incontrato difficoltà nel raggiungere il Salento?

Have you ever been in trouble while getting to Salento?

- Sì  
*Yes, I've been*
- No  
*No, I haven't*

#### Se Sì, perché? (indicare max 2 risposte):

If so, why? (no more than 2 answers)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Rete stradale / autostradale poco adeguata<br><i>Main roads/motorways inadequacy</i> | <input type="checkbox"/> Costi elevati dei mezzi pubblici<br><i>High transport fares</i> |
| <input type="checkbox"/> Collegamenti ferroviari poco adeguati<br><i>Inadequate rail links</i>                | <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____<br><i>Other (specify)</i>            |
| <input type="checkbox"/> Collegamenti aeroportuali poco adeguati<br><i>Inadequate air links</i>               |  |

### Quale mezzo di trasporto utilizza maggiormente per spostarsi nel Salento? (max 2 risposte)

How do you usually move along Salento (no more than 2 answers)

- |   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Auto propria<br><i>Own car</i>       | <input type="checkbox"/> Autobus di linea<br><i>Public buses</i>     | <input type="checkbox"/> Barca<br><i>Boat</i>                 | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Camper<br><i>Camper van</i>          | <input type="checkbox"/> "Salento in bus"<br><i>"Salento in bus"</i> | <input type="checkbox"/> Moto<br><i>Motorcycle</i>            | _____   |
| <input type="checkbox"/> Auto a noleggio<br><i>Rented car</i> | <input type="checkbox"/> Pullman privato<br><i>Private coach</i>     | <input type="checkbox"/> Motorino / Scooter<br><i>Scooter</i> |   |
| <input type="checkbox"/> Taxi<br><i>Taxi cab</i>              | <input type="checkbox"/> Treno<br><i>Train</i>                       | <input type="checkbox"/> Bicicletta<br><i>Bike</i>            |   |

## IL SALENTO A TAVOLA ...

SALENTO'S FOOD...

### 10. A quale dei seguenti prodotti alimentari associa maggiormente il Salento? (max 2 risposte)

Which of these food products do you more associate to Salento? (not more than two answers)

- |   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vino<br><i>Wine</i>              | <input type="checkbox"/> Pane<br><i>Bread</i>      | <input type="checkbox"/> Ortaggi<br><i>Vegetables</i>      | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Olio d'oliva<br><i>Olive oil</i> | <input type="checkbox"/> Carni<br><i>Meat</i>      | <input type="checkbox"/> Frutta<br><i>Fruit</i>            | _____   |
| <input type="checkbox"/> Pasta<br><i>Pasta</i>            | <input type="checkbox"/> Formaggi<br><i>Cheese</i> | <input type="checkbox"/> Nessun prodotto<br><i>Nothing</i> |   |

### 11. E' un consumatore abituale di olio d'oliva?

Do you usually use olive oil?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sì<br><i>Yes, I do</i> | <input type="checkbox"/> No<br><i>No, I don't</i> |
|---|---|

### 12. Conosceva l'olio extra-vergine d'oliva d'origine salentina prima del suo soggiorno nel Salento?

Did you already know about Salento's extra-virgin olive oil, before your stay in Salento?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Sì, sono un consumatore abituale<br><i>Yes, I usually use it</i>      | <input type="checkbox"/> Pur conoscendolo non ne ho fatto uso<br><i>Even though I knew about it, I never used it</i> |
| <input type="checkbox"/> Sì, sono un consumatore occasionale<br><i>Yes, sometimes I use it</i> | <input type="checkbox"/> No<br><i>No, I didn't</i>   |

### 13. Durante il soggiorno nel Salento ha consumato olio extra-vergine d'oliva d'origine salentina?

Have you had the opportunity to use Salento's extra-virgin olive oil during your holiday in Salento?

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sì, casualmente<br><i>Yes, by chance</i>   | <input type="checkbox"/> Sì, su mia richiesta/iniziativa<br><i>Yes, on my own request</i> | <input type="checkbox"/> Non saprei<br><i>Don't know</i> |
| <input type="checkbox"/> Sì, su proposta del ristoratore<br><i>Yes, thanks to the restaurateur's suggestion</i> | <input type="checkbox"/> No<br><i>No, I haven't</i>                                       |  |

### 14. Ha intenzione in futuro di consumare olio extra-vergine d'oliva salentino?

Do you intend to use Salento's extra-virgin olive oil in the future?

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sì<br><i>Yes, I do</i> | <input type="checkbox"/> No<br><i>No, I don't</i> | <input type="checkbox"/> Non saprei<br><i>Don't know</i> |
|---|---|--|

## LA VOCE DEL TURISTA

YOUR OPINION

### 15. Come definirebbe il Salento? (indicare max 2 risposte)

How would you define "Salento"? (no more than two answers)

- |  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Insolito<br><i>Unusual</i>      | <input type="checkbox"/> Mediterraneo<br><i>Mediterranean</i> | <input type="checkbox"/> Lontano<br><i>Distant</i>                                  | <input type="checkbox"/> Altro (specificare):<br><i>Other (specify)</i> |
| <input type="checkbox"/> Splendido<br><i>Wonderful</i>   | <input type="checkbox"/> Rilassante<br><i>Relaxing</i>        | <input type="checkbox"/> Frenetico<br><i>Hectic</i>                                 | _____   |
| <input type="checkbox"/> Accogliente<br><i>Welcoming</i> | <input type="checkbox"/> Naturale<br><i>Natural</i>           | <input type="checkbox"/> Disorganizzato<br><i>Disorganized</i>                      |   |
| <input type="checkbox"/> Seducente<br><i>Captivating</i> | <input type="checkbox"/> Accettabile<br><i>Acceptable</i>     | <input type="checkbox"/> Trascurato e deludente<br><i>Neglected / disappointing</i> |   |

**. Indichi, per ciascuno dei seguenti aspetti, il livello di soddisfazione dell'offerta ricevuta:**

*How satisfied are you with the following aspects of the offer of services? (choose one answer for each aspect)*

	OTTIMO <i>EXCELLENT</i>	BUONO <i>GOOD</i>	SUFFICIENTE <i>ADEQUATE</i>	SCARSO <i>INADEQUATE</i>
Ambiente / Verde pubblico <i>Environment/ green areas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eventi / Manifestazioni culturali <i>Cultural events</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizio sanitario <i>Health service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizi igienici <i>Sanitary service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizio di ordine pubblico <i>Public order service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informazioni ai turisti <i>Tourist information</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impianti / Attrezzature sportive <i>Sport facilities</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acquisti / Shopping <i>Shops/ shopping</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livello dei prezzi <i>Prices</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trasporti pubblici <i>Public transport</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcheggi <i>Parking</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viabilità / Traffico <i>Roads and traffic</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica turistica / di informazione <i>Tourist and info signs</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica stradale <i>Road signs</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servizi offerti dalla struttura di soggiorno <i>Hosting facilities</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mare pulito <i>Transparency of the sea</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia spiagge / Attrezzature <i>Beach cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**. Qual è la sua impressione generale sul Salento?**

*How is your general impression of Salento?*

Migliore del previsto  
*Better than expected*

Nei limiti del previsto  
*As I expected*

Peggior del previsto  
*Worse than I expected*

**. Consiglierebbe ai suoi amici una vacanza nel Salento?**

*Would you recommend your friends to spend their holiday in Salento?*

Sì  
*Yes*

No  
*No*

Non saprei  
*Don't know*

## UN SUGGERIMENTO PER MIGLIORARE ...

SOME TIPS ...

### 19. Secondo lei, quali sono i principali punti di forza della "Vacanza Salento"? (max 2 risposte)

*In your opinion, which are a trip to Salento strong points? (no more than two answers)*

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Risorse naturali ed ambientali<br><i>Environmental &amp; natural resources</i> | <input type="checkbox"/> Impianti sportivi<br><i>Sport complexes</i>       | <input type="checkbox"/> Centri storici, musei, beni culturali e artistici<br><i>Old towns, museums, cultural and artistic heritage</i> |
| <input type="checkbox"/> Eventi / Manifestazioni culturali<br><i>Events</i>                             | <input type="checkbox"/> Tipicità gastronomiche<br><i>Local gastronomy</i> | <input type="checkbox"/> Intrattenimento (parchi a tema, discoteche, ecc.)<br><i>Entertainment (theme parks, discos,...)</i>            |
| <input type="checkbox"/> Strutture ricettive<br><i>Accommodation facilities</i>                         | <input type="checkbox"/> Accessibilità<br><i>Accessibility</i>             | <input type="checkbox"/> Servizi di base (negozi, banche, farmacie, ecc.)<br><i>General services (shops, banks, chemists,...)</i>       |
| <input type="checkbox"/> Artigianato artistico<br><i>Handicrafts and Local Art</i>                      | <input type="checkbox"/> Economicità<br><i>Low fares</i>                   | <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____<br><i>Other (specify)</i>   |

### 20. Quali sono i principali punti di debolezza? (indicare max 2 risposte)

*Which are the basic weak points? (no more than two answers)*

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Scarsa cultura dell'ospitalità<br><i>Poor hospitality</i>          | <input type="checkbox"/> Collegamenti ferroviari<br><i>Rail links</i>        | <input type="checkbox"/> Servizi di base (negozi, banche, farmacie, ecc.)<br><i>General services (shops, banks, chemists,...)</i>   |
| <input type="checkbox"/> Nettezza urbana<br><i>Cleanliness of the cities</i>                | <input type="checkbox"/> Collegamenti aerei<br><i>Air links</i>              | <input type="checkbox"/> Scarsa professionalità degli addetti di settore<br><i>Poor professionalism of tourist sector employers</i> |
| <input type="checkbox"/> Pulizia delle spiagge<br><i>Beach cleanliness</i>                  | <input type="checkbox"/> Mobilità interna<br><i>Local transport services</i> | <input type="checkbox"/> Insufficienza strutture ricettive<br><i>Accommodations inadequacy</i>                                      |
| <input type="checkbox"/> Immagine del territorio<br><i>Image of the territory</i>           | <input type="checkbox"/> Punti di informazione<br><i>Info points</i>         | <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____<br><i>Other (specify)</i>   |
| <input type="checkbox"/> Iniziative di intrattenimento<br><i>Events &amp; Entertainment</i> | <input type="checkbox"/> Ordine pubblico<br><i>Law and Order</i>             |   |

## CONOSCIAMOCI MEGLIO

MORE ABOUT YOU

### 21. Sesso

*Sex*

M  
*M*

F  
*F*

### 22. Età

*Age*

meno di 20 anni  
*Under 20*

20 - 35 anni  
*20-35*

36 - 50 anni  
*36-50*

51 - 65 anni  
*51-65*

oltre 65 anni  
*over 65*

### 23. Il suo "gruppo di vacanza":

*Your group:*

Single  
*Alone*

Famiglia  
*Family*

Comitiva  
*Organized group*

Coppia  
*Couple*

Con Amici  
*Friends*

Altro (specificare): \_\_\_\_\_  
*Other (specify)*

### 24. Titolo di studio:

*Qualifications:*

Licenza Media  
*Middle school  
Junior High*

Diploma Superiore  
*Secondary  
High school*

Laurea  
*Graduate*

Altro (specificare): \_\_\_\_\_  
*Other (specify):*

**. Nazione di provenienza**

*What country do you come from?*

Italia  
*Italy*

Francia  
*France*

Regno Unito  
*UK*

Austria  
*Austria*

Germania  
*Germany*

Svizzera  
*Switzerland*

Stati Uniti d'America  
*USA*

Grecia  
*Greece*

Altra nazione Europea (specificare):  
*Other European country (specify):*

\_\_\_\_\_

Altra nazione Extra Europea (specificare):  
*Other Non-European country (specify):*

\_\_\_\_\_

**. Regione Italiana di provenienza (se italiano)**

*Region (only if Italian)*

Piemonte

Veneto

Umbria

Puglia

Valle d'Aosta

Friuli Venezia Giulia

Lazio

Basilicata

Liguria

Emilia Romagna

Abruzzo

Calabria

Lombardia

Toscana

Molise

Sicilia

Trentino Alto-Adige

Marche

Campania

Sardegna

**. Quale valore attribuisce a ciascuno dei seguenti aspetti della vacanza?**

*What priority do you give to these aspects of your holiday?*

	ELEVATO <i>HIGH</i>	MEDIO <i>MEDIUM</i>	BASSO <i>LOW</i>
Spiaggia <i>Beach</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visite beni culturali ed artistici <i>Cultural and Artistic Heritage Tours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Artigianato locale <i>Handicrafts and Local Art</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svago / Vita notturna <i>Fun / Night life</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tranquillità / Riposo <i>Calm and Relax</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attività sportive <i>Sport</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Animazione <i>Events</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shopping <i>Shopping</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare): _____ <i>Other (specify)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**DESIDERO RICEVERE MATERIALE INFORMATIVO SULLE INIZIATIVE DI INTERESSE TURISTICO DELLA PROVINCIA DI LECCE AL SEGUENTE INDIRIZZO EMAIL:**

I WOULD LIKE TO RECEIVE INFORMATION ABOUT TOURIST EVENTS IN THE PROVINCE OF LECCE AT THE FOLLOWING E-MAIL ADDRESS:

\_\_\_\_\_

**DESIDERO SEGNALARE:**  
FURTHER COMMENTS:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

